3 1761 11971244 6


Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

https://archive.org/details/31761119712446

Catalogue 87-003 ISSN 0713-2840

Volume 14, Number 1

Travel-log

Price: Canada: $10.00, $40.00 annually
United States: US$12.00, US$48.00 annually
Other Countries: US$14.00, US$56.00 annually

Winter 1995

Americans Travelling in Canada: a $4 Billion Market

by Edith Chartrand and Lise Beaulieu-Caron

The United States international travel market is one of the largest in the world. It is also a vital component of the tourism industry in Canada. Because of its strategic geographic position, Canada is able to benefit from the economic recovery that our neighbour to the south is experiencing. The challenge for the Canadian tourism industry is to offer products designed to attract more travellers. Data from Canada's International Travel Survey are helpful since they can be used to monitor United States residents' travel patterns in this country.

In 1993, more than 44 million Americans travelled abroad, spending approximately US$ 41 billion (excluding the cost of international transportation fares). According to the U.S. Travel and Tourism Administration, Canada received 27% of all Americans travelling abroad but accounted for only 9.1% of Americans' total foreign travel expenditures in 1993. This difference may be explained by the travellers' shorter stays - averaging four nights - in Canada. A breakdown of travel expenditures per country visited shows that Canada ranks third, behind Mexico and the United Kingdom (Graph A).

Canada is thus facing strong competition for the American international travel market. However, the greatest competition continues to come from the U.S. domestic market. Americans tend to be nationalistic, and their vast country is made up of diverse climatic and geological regions that can accommodate all tastes. According to the National Travel Survey conducted by the U.S. Travel Data Center, the American domestic market represented more than one billion trips[1] in 1993. It is within this broader framework that the present article seeks to identify the characteristics of the market represented by American travellers to Canada, focusing on four major states of origin.

1 *This survey focusses on persons travelling 100 miles or more from home.*



Touriscope

In This Issue...

Feature Article
Americans Travelling in Canada: a $4 Billion Market 1

Trends
Travel Between Canada and Other Countries 8
Travel Price Index 9

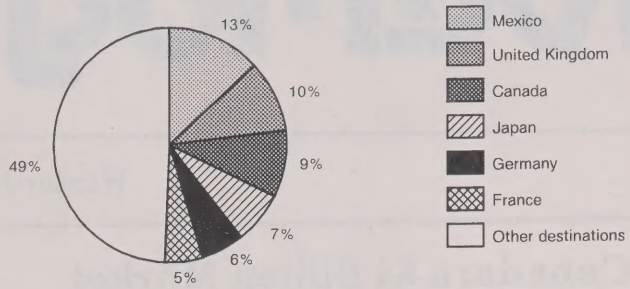
What's New?
Statistics Canada information related to tourism 10

TOURISCOPE INDICATORS 12

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Graph A
Distribution of International Travel Payments[1] by U.S. Residents, 1993



[1] *Excludes international transportation fares.*
Source: United States Travel and Tourism Administration, Bureau of Economic Analysis, July 1994.

▸ *Continued from page 1*

Predominance of the United States in Canada's International Travel Market

United States residents made 12 million trips[2] to this country in 1993, representing 80% of the foreign travellers entering Canada. The United Kingdom, with 562,000 trips to Canada, ranked a distant second. Residents of Japan made 409,000 trips of this type. The tourism expenditures of American travellers amounted to $4.1 billion[3] in 1993. This figure would rise by $0.6 billion if expenditures made during excursions of less than 24 hours in Canada were also taken into account. By comparison, British and Japanese residents combined spent less than $1 billion in Canada.

The Decade in Perspective

During the 1982 recession, trips to Canada by United States residents fell to 10.5 million. In 1986, the year of Expo in Vancouver, they rose to an unprecedented 13.6 million. Since 1987, the figure has remained under the 13 million mark. In 1992, 11.8 million trips were recorded, the lowest figure since 1986. Contributing to this decrease were the exchange rate and the recession that hit the American and Canadian economies in 1990. In 1993, trips to Canada by American residents increased slightly to 12.0 million. Good economic prospects in the United States as well as a more favourable exchange rate (with the US dollar trading at CAN$1.29 in 1993) contributed to this increase. In fact, American travellers had not enjoyed such a good exchange rate with Canada since 1988 (Graph B).

Four states stand out from the others in terms of their tourism importance for Canada: New York, Michigan, Washington and California. Together they accounted for 44% of American residents' trips to Canada and 37% of their expenditures in 1993. New York residents led the way, with 15% of trips and 11% of expenditures. Indeed, the tourism revenues that Canada obtains from residents of New York State

[2] *Unless otherwise noted, figures refer to overnight person-trips.*
[3] *Travel expenditures in Canada are expressed in Canadian dollars and exclude international transportation fares.*

Travel-log

Editor: *Lise Beaulieu-Caron*
Tel: 613-951-1673
Fax: 613-951-2909

Photo courtesy of **Industry Canada.**

Price: Canada: $10.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$12.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$14.00 per issue, US$56.00 annually

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada
Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document
Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

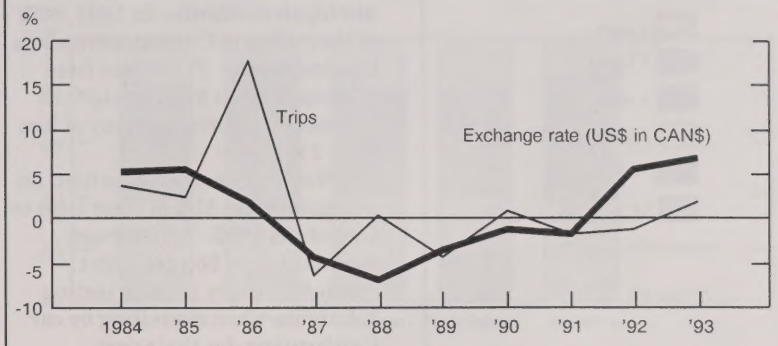
© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Graph B
Annual Variation in Overnight Trips from the U.S. and the Exchange Rate



Source: Bank of Canada Review; Statistics Canada, International Travel Survey.

Table 1
Overnight Trips by U.S. Residents to Canada by Origin, 1993

	Person-trips	Nights	Average Duration	Spending	Average Spending per:	
					Trip	Night
	'000	'000	Nights	$000,000	$	
United States, Total	**12,024**	**47,491**	**3.9**	**4,123**	**343**	**87**
Main States of Origin						
New York	1,859	6,229	3.4	467	251	75
Michigan	1,568	4,407	2.8	335	214	76
Washington	1,103	3,776	3.4	265	240	70
California	759	4,369	5.8	442	582	101
Others	6,735	28,710	4.3	2,614	388	91

Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

▸ *Continued from page 2*

are greater than those from its most lucrative overseas market, namely Japan.

The Main Markets by State

With 18 million residents in 1993, New York is the most populous state bordering on Canada. Of the four states studied, it had the highest per capita disposable personal income.[4] New York residents made 1.9 million trips to Canada in 1993, spending some $467 million (Table 1). In terms of volume and length of stay, this market remained stable in relation to the preceding year, but it has not yet regained its 1990 level.

At first glance, California's importance is due to the fact that it is the most populous state, with 31 million residents in 1993. Despite the drop in popularity that followed the recession of the early 90s, California remains a vital tourism market for Canada.

4 *United States Department of Commerce,* Survey of Current Business, *Volume 74, No 8.*

▸ *Continued from page 2*

Of the four main American states of origin, California represents the most lucrative market in terms of average expenditures per night. The daily expenditures of Californian tourists rank them closer to the Japanese than to other Americans. In addition, among residents of the four main states, they have the longest average stay in Canada.

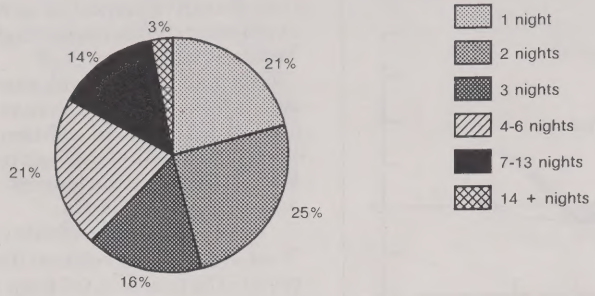
For their part, residents of Washington State reduced their trips to Canada by 5.0% from 1992 to 1993, representing the greatest year-to-year decrease of the four states studied. However, this decrease was offset by an increase in the average length of stay. With a population of only 5.3 million, Washington registered a per capita disposable personal income comparable to that of California in 1993.

Unlike the above states, Michigan showed a slight increase between 1992 and 1993 in the number of trips that its residents made to Canada. However, this was accompanied by a drop in the average length of stay. Of the group, this state now registers the shortest average length of stay in Canada. In 1993, Michigan had a population of 9.5 million, with the lowest disposable personal income of the group studied.

For Short Trips the Automobile Is King

In 1993, one trip to Canada out of five made by United States residents lasted only one night (Graph C). During the same period, trips lasting two nights were more popular and represented a quarter of the total. Stays of three nights, numbering less, accounted for 16% of the market. Trips of four to six nights attracted 21% of Americans travelling to Canada.

Graph C
Overnight Trips by U.S. Residents to Canada by Duration, 1993



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Table 2
Overnight Trips by U.S. Residents to Canada, by Type of Transportation, 1993

	Automobile			Other than automobile		
	Person-trips	Spending	Average Spending per night	Person-trips	Spending	Average Spending per night
	'000	$000,000	$	'000	$000,000	$
United States, Total	**8,260**	**2,205**	**69**	**3,764**	**1,918**	**125**
Main States of Origin						
New York	1,433	316	66	425	151	106
Michigan	1,351	268	70	216	67	112
Washington	894	206	69	209	59	74
California	278	127	76	481	315	117
Others	4,304	1,288	68	2,433	1,326	134

Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

▸ *Continued from page 3*

Stays of more than one week accounted for only 17% of the total. Not much change occurred in market shares by duration of trip between 1990 and 1993.

The automobile is the mode of transportation most commonly used by Americans travelling to Canada. In 1993, United States residents entered Canada a total of 8.3 million times by automobile, representing 69% of the total (Table 2). More than half of the expenditures of American travellers were made during automobile trips. However, the number of automobile trips to Canada has been diminishing. This drop occurred in the pleasure market. On the positive side, travel by air grew strongly in 1993 and reached a level comparable to the record set in 1990.

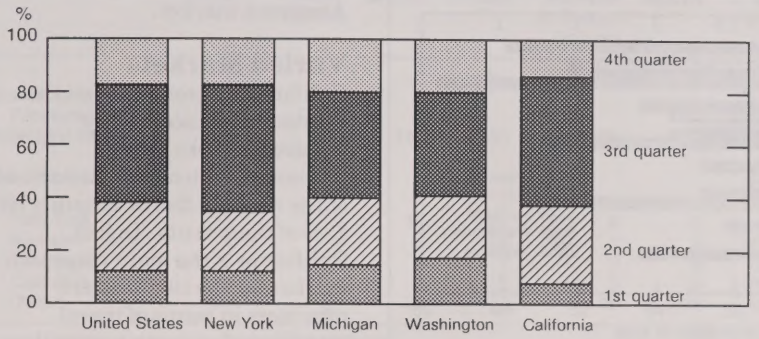
In light of the Canadian destinations that they tend to prefer, New York residents opted for the automobile over other modes of transportation. Automobile trips, for an average stay of 3.4 nights and spending of $66 per night, accounted for 77% of the total in 1993. The automobile was also the mode of transportation preferred by Michigan residents. In 1993, 86% of their trips to Canada were made by automobile. Travellers from Michigan spent $77 per night in Canada for an average stay of less than 3 nights.

Washington residents used an automobile for 81% of their trips to Canada in 1993. An average expenditure of $69 per night applied for stays usually lasting 3.4 nights when travelling by car. Californians, for their part, exhibited a different pattern, owing to the distance of their state from the Canadian border. Only 37% of trips to Canada were by automobile, but the average stay was 6 nights when using this mode of transportation. Additionally, Californians travelling by automobile spent $76 per night in Canada, representing the highest average of the group.

Summer Is the High Season

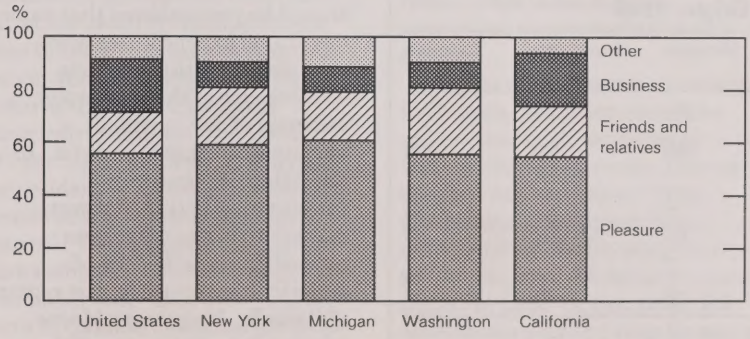
The third quarter (July, August and September) continues to be the most popular - the season when United States residents mainly travel. In 1993, 5.5 million trips to Canada were made during this period, accounting for 46% of the annual total. These trips lasted longer on average than during the other periods of the year. The second quarter (April, May, June) saw 3.1 million trips, representing 26% of the total for the year. In the fourth quarter (October, November, December) there were 2.0 million trips, accounting for 17% of the annual total. The first quarter, consisting of the winter months, was the least popular, with 12% of trips to Canada by American residents. It was also during this period of the year that trips were the shortest.

Graph D
Overnight Trips by U.S. Residents to Canada, by Origin by Quarter, 1993



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Graph E
Overnight Trips by U.S. Residents to Canada, by Origin and by Purpose, 1993



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

▸ *Continued from page 4*

Californians and New Yorkers are the most inclined to travel to Canada in the summer - nearly 50% in 1993 (Graph D). During the same year, 29% of California residents' trips took place in the spring. Spring trips for the other three states are less popular than for the United States as a whole. It is Michigan and Washington residents who travel to Canada the most in the fourth quarter, with 20% of the total. As for California residents, it is during the coldest months of the first and fourth quarters that they travel to Canada the least in comparison to Americans as a whole.

Vacations Foremost

For United States residents, pleasure travel continues to be the primary reason for travelling to Canada in more than half of the cases. Visits to friends or relatives account for a fifth of the total, while reasons relating to business, convention or employment account for 15% of all overnight visits in 1993 (Graph E).

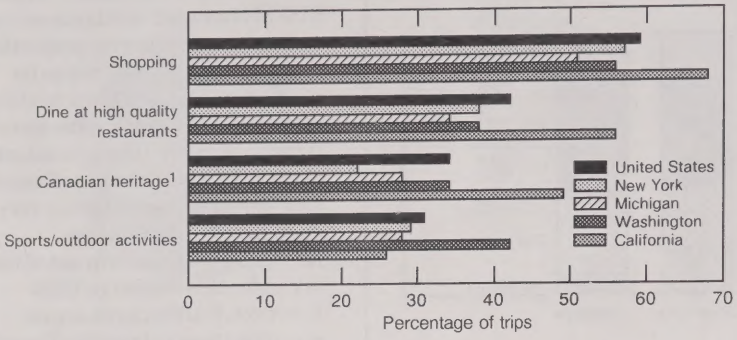
Residents of the four states in our study follow the national pattern and mainly travel to Canada on pleasure trips. In 1993, 61% of Michigan residents coming to Canada - the largest proportion in the group studied - did so for pleasure purposes. Trips to visit relatives or friends are the second largest category among residents of the states bordering on Canada. This type of travel is in fact very popular with Washington residents, with one trip out of four taken for this reason in 1993. However, Californians are as much inclined to travel to Canada for business as they are for visiting friends and relatives.

In 1993, 10% of trips were taken for business purposes by residents of New York, Michigan and Washington. Among them, these three states nevertheless generated almost a quarter of American business trips to Canada in 1993. California presents a somewhat different picture with respect to this type of travel, with 20% of its residents who travel to Canada doing so for business purposes.

Americans Shop in Canada

Shopping is the activity most often mentioned by Americans travelling to Canada; three trips out of five involve this activity. However, among the states studied, only California exhibits a higher-than-average propensity to shop (Graph F). California also stands out by the fact that its residents are more inclined to dine in high quality restaurants. Visiting parks and historic sites mostly attracts Californians while New York residents are the least inclined of the group to do so. Finally, Washington State residents engage more than others in sports and outdoor activities while travelling in Canada.

Graph F
Rate of Participation in Certain Activities during Trips by U.S. Residents to Canada, by Origin, 1993



1 Visits to National, Provincial, Regional Parks and Historic Sites.
Note: Travellers can participate in more than one activity on a trip. Therefore, the sum of activities exceeds the total trips.
Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Table 3
Provincial Share of Overnight Visits by Origin, 1993

Province Visited	United States	New York	Michigan	Washington	California
			%		
Canada, Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Atlantic Provinces	7	3	1	2	4
Québec	13	15	3	1	10
Ontario	49	75	92	2	20
Manitoba & Saskatchewan	4	1	1	2	3
Alberta	6	1	1	8	13
British Columbia[1]	21	5	2	85	50

1 Includes Yukon and Northwest Territories.
Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Continued from page 5

Between Neighbours

During trips to Canada, some American residents take the opportunity to visit more than one province. In 1993, half of these visits[5] included Ontario, making that province the main destination. For its part, British Columbia[6] received 21% of the total. Quebec ranked third with 13% (Table 3).

5 Overnight province-visits.
6 Includes Yukon and the Northwest Territories.

Ontario is the destination of three-fourths of travellers from New York State. This state is also the main source of American tourists for Quebec. Geographic location, then, is a major factor when Americans choose to travel to Canada. Thus Washington residents are frequent visitors to British Columbia. In 1993, 85% of all visits to Canada by these American residents were to that province. Michigan residents tend to like Ontario, with nine out of ten visiting only that province

Continued from page 5

when they travel to Canada. They represent Ontario's second largest American market.

Varied Markets

Californians prefer to visit the Western provinces. They particularly like British Columbia, which they visit in half of the cases. Alberta accounts for 13% of their visits. In fact, California is the main American market for the two Western provinces in terms of travel spending. Californian travellers account for 16% of Alberta's American tourist revenues, and fully 23% of British Columbia's. Washington, thanks to its proximity, generates 22% of British Columbia's American tourism revenues (Table 4). It should be remembered that same-day travel expenditures were excluded from this analysis.

Because of the geographic vastness of our continent, a variety of markets can exist. In the Atlantic provinces, Massachusetts is the largest market in terms of tourism expenditures, with 19% of American revenues in this region of Canada. It upstages Maine, which accounts for almost the same number of overnight visits, but only 8.8% of the spending. Maine shares the second position with New York in the Maritimes. Additionally, Massachusetts brings in 10% of Quebec's American tourism receipts, making it the number two market behind New York.

In Pursuit of the American Dollar

From the above it is possible to construct a composite picture of the American visitor to Canada. The typical American traveller comes to Canada on a leisure trip

Table 4
Provincial Share of Overnight Trip Spending by Origin, 1993

	Total	Atlantic Provinces	Québec	Ontario	Manitoba & Saskatchewan	Alberta	C.-B. & Terr.
				%			
Spending in Province, Overnight Stays	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Main States of Origin							
New York	11	9	16	16	6	5	4
Michigan	8	2	3	16	3	3	2
Washington	7	3	1	1	3	8	22
California	11	6	7	5	9	16	23
Others	63	80	73	62	79	68	49

Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

▸ *Continued from page 6*

and stays less than a week. He or she uses an automobile more than any other mode of transportation, likes to travel during the summer season and generally heads for Ontario. Lastly, this typical American spends an average of $87 per night in Canada, whereas the resident of an overseas country spends only $81 per night (1993 figures). This amount per night shows why the American market is so important. However, shorter stays in Canada characterize these customers compared with residents of other countries.

The Canadian tourism product must offer a favourable quality/price ratio in order to attract the American clientele. In 1993, 25% of American travellers felt that the quality/price ratio was better in Canada than at home. This is the highest proportion ever recorded on this subject.

To increase American tourism in Canada, attention should be paid to the travel patterns of United States residents. During the first nine months of 1994, residents of the United States made 10.5 million overnight trips to Canada, up 4.8% from the same period in 1993. Of this total, 7.3 million were undertaken by car, a 5.6% increase from 1993. Since the automobile is so popular, special attention must be given to the infrastructure that supports this type of travel.

▸ *Continued from page 6*

To bolster winter tourism, Canada should emphasize winter sports and activities in order to attract American tourists during this period. Between January and March 1994, 29% of Americans travelling to Canada on overnight trips reported participating in sports and outdoor activities. In the winter of 1990, that proportion was only 23%. Canada is experiencing growth from its most significant international travel market in 1994. This positive prospect for the Canadian tourism industry should translate into a stronger competitive position.

Edith Chartrand worked as a summer student with the International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division. Lise Beaulieu-Caron is a Senior Analyst with the Travel, Tourism and Recreation Section, Education, Culture and Tourism Division.



Travel Between Canada and Other Countries

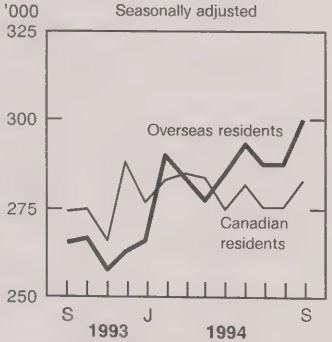
Increased Overnight Travel in September

Trips of one or more nights (seasonally adjusted[1]) by foreigners into Canada rose slightly in September 1994 from the previous month. This type of travel was relatively constant between late 1986 and early 1993, and then it began inching upward in April 1993.

[1] *Month-to-month comparisons in international travel and quarter to quarter in the travel account are made using data that have been seasonally adjusted for variations which repeat annually. Variability caused by different days of the week and different number of days in a quarter are also taken into account. Year-over-year comparisons are made using unadjusted data, which are the actual traffic counts.*

Graph G

Trips of one or more nights between Canada and countries other than the U.S.



Source: Statistics Canada, Cat No. 66-001.

Residents of the United States made slightly less overnight trips to Canada in September than in August. However, the level remained above the one registered in September 1993. Overnight trips to Canada by residents of overseas countries increased 4.6% from August to a level well above the number a year ago (Graph G). Travel from overseas countries increased in 1994 while comparable figures for Canadians to these same countries levelled off.

Overall, Canadians made more overnight trips abroad in September than in August. However, the level of travel remained below the September 1993 figure. A key factor in this downtrend has been the weakening Canadian dollar (see exchange rates on page 12).

Overnight travel by Canadian residents to the United States generally has been decreasing since January 1992. Nevertheless, Canadians made 7.7% more overnight trips to the United States in September than in the previous month. Overnight trips to all other countries increased 2.8% from the previous month to 283,000. As a result, the number of trips to Canada originating in overseas countries is greater than comparable figures for Canadians to these same countries since May 1994.

Good Performance to Date for Canada

During the first nine months of 1994, residents of the United States and other countries made 13.3 million overnight trips to Canada, up 5.9% from the same period in 1993. The number of overnight stays in Canada increased for all of the top seven overseas countries of origin. A majority of provinces witnessed increased direct entries by U.S. residents (Table 5). Most notable was the extra 348,000 U.S. overnight entries recorded in Ontario ports during the first nine months of 1994.

Table 5

Estimated trips to Canada of one or more nights by U.S. residents

	Jan.-Sept. 1994P	Jan.-Sept. 1993 to Jan.-Sept. 1994P
	thousands	% change
Canada	10,474.2	4.8
Province of entry:		
Newfoundland	5.2	43.7
Prince Edward Is	0.5	-61.1
Nova Scotia	150.0	-9.1
New Brunswick	311.0	-7.1
Quebec	1,180.2	0.2
Ontario	5,730.5	6.5
Manitoba	229.7	10.2
Saskatchewan	81.0	6.1
Alberta	383.9	-1.9
British Colombia	2,234.3	6.6
Yukon	168.0	5.4

P Preliminary figures
Source: Statistics Canada, catalogue no. 66-001P.

Americans attracted to Windsor Casino

Since the opening of the Windsor Casino in May 1994, trips by residents of the United States through the Windsor Tunnel increased impressively. The overall number of automobile trips, including same-day entries, surged 48% compared to the May to September months of 1993.

Lower Deficit on Canada's Travel Account

Canadians spent $1.4 billion (seasonally adjusted) more travelling outside the country in the third quarter of 1994 than visitors brought in Canada (Table 6). This international travel account deficit is the smallest since the first quarter of 1989, when it stood at $1.1 billion. It was substantially less (-22.6%) than the seasonally adjusted deficit in the second quarter of 1994. A major factor in this improvement in the travel deficit has been the weakening Canadian dollar.

▸ *Continued from page 8*

For further information on travel between Canada and other countries, contact Ruth Martin (Telephone 613-951-1791 or Fax 613-951-2909), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.

Travel Price Index, Third Quarter 1994

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used when travelling in Canada. Price movements are taken from detailed Consumer Price Index (CPI) series.

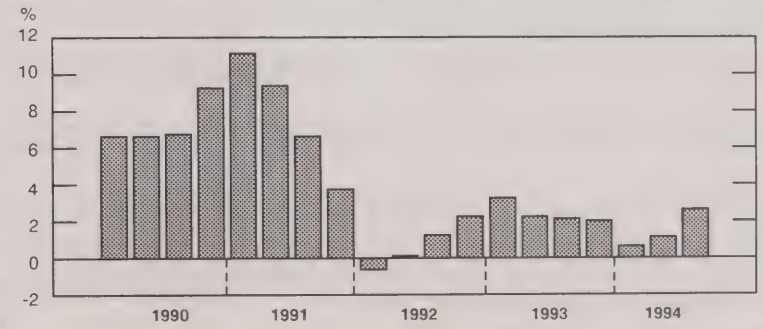
During the third quarter of 1994, the Travel Price Index rose by 3.9% over the second quarter. In comparison, overall prices for goods and services, as measured by the Consumer Price Index rose by only 0.5 % in the third quarter of 1994 (see Touriscope Indicators on page 12).

The rise in the TPI between the second and third quarters of 1994 reflected higher seasonal prices in traveller accommodation (10%). However, a large quarterly increase of 9.9% was noted in inter-city transportation. The impact, however, was partly offset by another major component, the cost of using an automobile, which rose only 1.9% during the period.

In addition, the TPI had the largest annual increase since the second quarter of 1992 (Graph H). The 13% annual increase in inter-city transportation prices contributed to the rising cost of travel. Price increases were lower for automobile use (3.1%) and traveller accommodation (3.2%). In the meantime, the year-over-year rate of change for the CPI was only 0.2%.

A technical report on the Travel Price Index is available from the Travel, Tourism and Recreation Section at 613-951-1673.

Graph H
Travel Price Index, Percentage Change from Preceding Year



Source: Statistics Canada, Education, Culture and Tourism Division.

Table 6
International Travel Receipts and Payments, Seasonally Adjusted

	Quarters[1]		
	1st	2nd	3rd
	$ millions $		
United States			
Receipts	1,391	1,382	1,424
Payments	2,589	2,623	2,337
Balance	-1,198	-1,240	-913
All other countries			
Receipts	973	1,065	1,081
Payments	1,461	1,598	1,541
Balance	-488	-533	-460
Total, all countries			
Receipts	2,364	2,447	2,505
Payments	4,050	4,220	3,878
Balance	-1,685	-1,773	-1,372

[1] *First and second quarters are revised and third quarter figures are preliminary*
Source: Statistics Canada, Cat. No. 66-001

Table 7
Travel Price Index, Not Seasonally Adjusted, 1986 = 100

Year	Quarters				Annual Average
	1st	2nd	3rd	4th	
1990	116.3	118.4	123.4	124.3	120.6
1991	129.2	129.6	131.6	128.9	129.8
1992	128.4	129.7	133.2	131.7	130.8
1993	132.6	132.9	136.0	134.4	134.0
1994	133.4	134.4	139.6		

Source: Education, Culture and Tourism Division.



The Tourism Satellite Account

As part of an on-going research program on the tourism industry, Statistics Canada has developed a Tourism Satellite Account (TSA) to measure the scope of this industry in Canada. The TSA is the first of its kind for Canada and the world. The estimates derived from the TSA pertain to 1988, the latest year for which all required data sources were available when the work started.

The 1988 TSA reveals that tourism is an important part of the Canadian economy and that tourism activities generate proportionately more employment than non-tourism activities per dollar of value added. Results were published in the second quarter issue of *National income and expenditure accounts, quarterly estimates* (catalogue number 13- 001).

Highlights

- Visitors spent over $30 billion on goods and services in Canada in 1988.
- Tourism activities generated more than $13 billion in direct value added. This represented 3% of all business sector activity in Canada.
- In Canada, more than 460,000 full-time equivalent jobs were related to satisfying tourism demand - 5% of employment in the business sector.

For further information, please contact Jocelyn Lapierre (Telephone 613-951-3640 or Fax 613-951-3618), National Accounts and Environment Division.

Characteristics of International Travellers, 2nd Quarter 1994

In November 1994, Statistics Canada released second quarter 1994 estimates for the characteristics of international travellers between Canada and other countries.

The data pertains to age group, purpose of trip, activities, etc. of Canadians who travel abroad, as well as residents of the United States and other countries who travel to Canada.

Highlights

- Americans made 3.3 million overnight trips to Canada in the second quarter of 1994, representing more than 12 million person-nights. American travel to Canada was up marginally from the same quarter a year ago thanks to a rebound in the pleasure market.
- At the same time, Canadians made 3.7 million overnight trips to the United States, an 11% decrease from the same quarter a year ago. Canadians spent 40 million nights in the United States during these trips, one in every two originating from Ontario.
- As travel to the United States declined, Canadians continued to fly to overseas destinations. Overnight trips by Canadian travellers to overseas countries numbered 750,000 and involved almost 15 million nights in the second quarter of 1994. Ontarians represented nearly half of these travellers.
- Overnight trips to Canada by travellers from overseas numbered 911,000 and involved some 9.7 million nights in the second quarter of 1994. Two out of every five of these were spent in Ontario.

For further information, please contact Ruth Martin (Telephone 613-951-1791 or Fax 613- 951-2909), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.

▸ *Continued from page 10*

Service Indicators, Catalogue Number 63-016, Quarterly

This is a new publication focusing on key service industries: communications; finance, insurance and real estate; and business services. These industries account for a significant proportion of employment and Gross Domestic Product. Moreover, these are the industries that move information, organize finance and property and help businesses do business. As such they are playing a pivotal role in shaping the future of the Canadian economy.

Many of the data in this publication are published for the first time at this level of detail. Data from various sources are also brought in to provide a balanced information package on these industries.

The publication is organized around two parts: a core part with quarterly indicators for financial, employment, salary and GDP for the three industrial groupings; and a feature article relevant to the services sector. In this first issue, the article deals with Business Services - its size, structure, output and growth, its trade involvement, its sources of demand and supply as well as its Research and Development performance.

For more information, please contact Georges Sciadas (Telephone 613-951-3177 or Fax 613-951-9920).

Population estimates

Statistics Canada has recently released preliminary postcensal estimates of total population as of October 1, 1994 (29,361,700 individuals) for Canada, provinces and territories. These estimates appear in *Quarterly Demographic Statistics* (Cat. 91-002, Vol. 8, No. 3). The main demographic characteristics of population and families, as of July 1, 1994 at the national and provincial levels are also available from CANSIM and will be published in *Annual Demographic Statistics*, 1994 (Cat. 91-213), at the end of March 1995.

For further information, please contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre or Lise Champagne (Telephone 613-951- 2320 or Fax 613-951-2307), Demography Division.

Current demographic situation in Canada

Statistics Canada's *Report on the demographic situation in Canada, 1994* (catalogue number 91- 209E) was released last November.

The first part of this report puts Canada's demographic health in context with other developed countries, and features a look at Central Europe. It presents abridged life tables (revised) for Canada from 1971 to 1991 along with a commentary on them. The internal mobility of Canadians is also analyzed.

The report's second part takes stock of the demographic aspects of the "sandwich generation", using data from the 1990 General Social Survey.

Highlights

- At 1.3% in 1993, Canada boasts the strongest population growth rate among the industrialized countries. Immigration accounted for a large part of this high growth rate.
- Over the next two decades, the size of the sandwich generation (middle-aged individuals who have both young children and aging parents) will increase substantially.

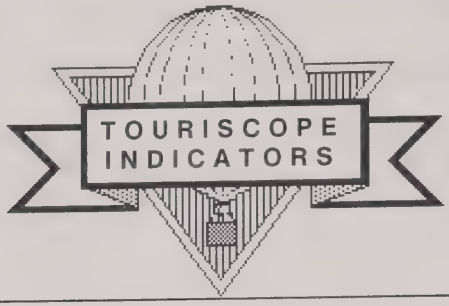
For further information, please contact Jean Dumas (Telephone 613-951-2327 or Fax 613- 951-2307), Demography Division.

Canadian social trends

The winter 1994 issue of *Canadian social trends* features an interview with Robert Glossop, the director of programs and research with the Vanier Institute of the Family. Recognizing the United Nations' International Year of the Family, Dr. Glossop reflects on the state of the family in Canada. Other articles include: "Where does the money go? -- Spending patterns of Canadian households, 1969-1992", "Working teens", "Allophone immigrants language choices in the home" and "A history of emigration from Canada".

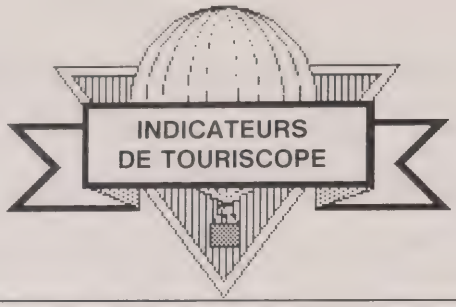
Each quarter *Canadian social trends* integrates data from various sources to examine important social trends and issues. It also features the latest social indicators, as well as information about Statistics Canada's products and services.

For further information on this release, contact Cynthia Silver (613-951-2556), Housing Family and Social Statistics Division.



		Third Quarter 1994	% Change	
			Previous Quarter	Previous Year
VISITORS TO CANADA				
From United States	T	13,726	55.7	7.2
Overnight visits(p)	T	5,720	73.3	4.6
By auto	T	4,144	88.9	5.4
From Overseas	T	1,727	173.2	8.8
Overnight visits(p)	T	1,566	70.5	10.3
Top Seven Countries				
United Kingdom	T	266	68.0	1.6
France	T	204	72.4	9.4
Japan	T	200	62.5	17.2
Germany	T	192	108.6	8.5
Hong Kong	T	53	73.3	10.7
Italy	T	49	116.7	0.5
Australia	T	46	36.3	25.2
CANADIANS OUTSIDE CANADA				
To United States	T	16,074	17.8	-20.4
Overnight visits(p)	T	5,016	35.0	-19.1
By auto	T	3,825	53.9	-22.4
To Overseas	T	872	16.2	0.8
INDUSTRY SECTOR				
Airline passengers (Level I)	T	5,365	11.0	-12.7
Airline passenger-km (Level I)	M	13,558	19.5	-1.7
Inter-city bus passengers	T	2,981	11.3	11.7
Restaurant receipts	M	5,638	7.8	6.3
PRICES				
1986 = 100 (not s.a.)				
Travel price index		139.6	3.9	2.6
Consumer price index		130.8	0.5	0.2
Restaurant meals		139.5	0.5	1.4
Inter-city transportation		152.6	9.9	12.9
Gasoline		122.7	5.2	2.9
ECONOMIC				
Gross domestic product, 1986 prices (s.a.)	M	533,655	0.9	4.2
Amusement and recreation	M	4,939	4.6	16.3
Accommodation and food services	M	11,822	1.8	5.1
Personal disposable income per capita (s.a.)		16,918	-0.6	-0.1
LABOUR FORCE				
Labour force (s.a.)	T	14,133	0.4	1.1
Unemployed	T	1,439	-4.3	-9.0
Employed	T	12,695	1.0	2.4
Accommodation and food services (not s.a.)	T	839	8.7	0.8
EXCHANGE RATES				
In Canadian Dollars:				
American Dollar		1.3713	-0.8	5.2
British Pound		2.1279	2.3	8.5
Japanese Yen		0.0138	3.0	11.7
German Mark		0.8791	5.5	12.9
French Franc		0.2567	5.5	14.4

(M) Millions. (T) Thousands. (s.a.) seasonally adjusted. (p) preliminary.



		Troisième trimestre 1994	Variation en %	
			Trimestre précédent	Année précédente
VISITEURS AU CANADA				
Des États-Unis	T	13 726	55,7	7,2
Visites d'une nuit et plus(p)		5 720	73,3	4,6
Par auto	T	4 144	88,9	5,4
Des pays d'outre-mer	T	1 727	173,2	8,8
Visites d'une nuit et plus(p)	T	1 566	70,5	10,3
Les sept principaux pays				
Royaume-Uni	T	266	68,0	1,6
France	T	204	72,4	9,4
Japon	T	200	62,5	17,2
Allemagne	T	192	108,6	8,5
Hong-Kong	T	53	73,3	10,7
Italie	T	49	116,7	0,5
Australie	T	46	36,3	25,2
CANADIENS A L'EXTÉRIEUR DU CANADA				
Aux Etats-Unis	T	16 074	17,8	-20,4
Visites d'une nuit et plus(p)	T	5 016	35,0	-19,1
Par auto	T	3 825	53,9	-22,4
Outre-mer	T	872	16,2	0,8
INDUSTRIE				
Trafic voyageurs aériens (niveau I)	T	5 365	11,0	-12,7
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I)	M	13 558	19,5	-1,7
Trafic voyageurs par autocar (interurbain)	T	2 981	11,3	11,7
Recettes des restaurants	M	5 638	7,8	6,3
PRIX				
1986 = 100 (non dés.)				
Indice des prix des voyages		139,6	3,9	2,6
Indice des prix à la consommation		130,8	0,5	0,2
Aliments achetés au restaurant		139,5	0,5	1,4
Transport interurbain		152,6	9,9	12,9
Essence		122,7	5,2	2,9
ÉCONOMIQUE				
Produit intérieur brut, aux prix de 1986 (dés.)	M	533 655	0,9	4,2
Divertissements et loisirs	M	4 939	4,6	16,3
Hébergement et restauration	M	11 822	1,8	5,1
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)		16 918	-0,6	-0,1
TRAVAIL				
Population active (dés.)	T	14 133	0,4	1,1
Chômeurs	T	1 439	-4,3	-9,0
Personnes occupées	T	12 695	1,0	2,4
Hébergement et restauration (non dés.)	T	839	8,7	0,8
TAUX DE CHANGE				
En dollars canadiens:				
Dollar des États-Unis		1,3713	-0,8	5,2
Livre sterling		2,1279	2,3	8,5
Yen du Japon		0,01380	3,0	11,7
Mark de l'Allemagne		0,8791	5,5	12,9
Franc de France		0,2567	5,5	14,4

(M) Millions. (T) Milliers. (dés.) désaisonnalisées. (p) provisoires.

▸ *suite de la page 10*

Indicateurs des services, numéro 63-016 au catalogue, trimestriel

Ceci est une nouvelle publication dont l'objet est de cerner les branches des services dynamiques, à savoir les communications, les finances, assurances et affaires immobilières ainsi que les services aux entreprises. Ces branches d'activité représentent une partie appréciable de l'emploi et du Produit intérieur brut. De plus, elles s'occupent de la diffusion de l'information, de l'organisation des finances et de l'immobilier et de l'aide aux entreprises dans la pratique des affaires. Elles jouent par conséquent un rôle essentiel dans la définition de l'économie canadienne de demain.

De nombreuses données y sont publiées pour la première fois à un degré de désagrégation aussi poussé pour ce secteur. Le regroupement de données provenant de diverses sources fournit un ensemble d'informations équilibré de ces branches d'activité.

La publication se divise en deux parties : la partie principale comprend les indicateurs trimestriels des finances, de l'emploi, de la rémunération et du PIB pour les trois secteurs d'activité, et un article de fond se rapportant au secteur des services. Dans ce premier numéro, l'article porte sur les services aux entreprises, la taille de ces secteur, sa structure, ses produits et sa croissance, ses activités commerciales, les sources de demande et d'offre ainsi que les activités de recherche et de développement.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec George Sciadas (téléphone : 613-951-3177 ou télécopieur : 613-951-9920).

Estimations de la population

Récemment, Statistique Canada a annoncé la disponibilité des estimations postcensitaires provisoires de la population totale au 1er octobre 1994 (29 361 700) pour le Canada, les provinces et les territoires. Ces estimations paraîtront dans la publication *Statistiques démographiques trimestrielles* (nº 91-002 au catalogue, vol. 8, nº 3). Les principales caractéristiques démographiques de la population et des famille, 1er juillet 1994 au niveau national et provincial sont également disponibles via CANSIM et seront publiées dans *Statistiques démographiques annuelles, 1994* (91-213 au catalogue), à la fin de mars 1995.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près, ou avec Lise Champagne au (613) 951-2320 ou par télécopieur au (613) 951-2307, Division de la démographie.

Rapport sur l'état de la population du Canada

Statistique Canada a publié en novembre dernier son *Rapport sur l'état de la population du Canada 1994* (91-209F au catalogue).

La première partie de la publication fait état de la place qu'occupe le Canada parmi les pays développés en ce qui a trait à la santé démographique et présente quelques vues sur l'Europe centrale. Elle offre et commente la révision des tables de mortalité abrégées du Canada de 1971 à 1991 et analyse la mobilité interne des Canadiens.

La deuxième partie du rapport fait le point sur les aspects démographiques de la «génération sandwich», à partir des données de l'Enquête sociale de 1990.

Faits saillants

- Avec 1,3 % en 1993, le Canada peut se vanter d'avoir le taux de croissance démographique le plus élevé des pays industrialisés. L'immigration a été responsable pour une large part du taux élevé de croissance.
- Au cours des deux prochaines décennies, la taille de la «génération sandwich», c'est-à-dire le groupe des personnes d'âge moyen qui ont à la fois de jeunes enfants et des parents âgés va s'accroître.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec Jean Dumas au (613) 951-2327 ou par télécopieur au (613) 951-2307), Division de la démographie.

Tendances sociales canadiennes

Le numéro d'hiver 1994 de *Tendances sociales canadiennes* présente un entretien avec Robert Glossop, directeur des programmes et de la recherche à l'institut Vanier de la famille. En reconnaissance de l'Année internationale de la famille proclamée par les Nations Unies, M. Glossop examine l'état de la famille au Canada. Parmi les autres articles qui figurent dans ce numéro, mentionnons «Comment dépensons-nous notre argent? -- L'évolution des dépenses des ménages canadiens de 1969 à 1992», «Les adolescents sur le marché du travail», «Les immigrants allophones : la langue qu'ils parlent à la maison», et «Histoire de l'émigration canadienne».

À chaque trimestre, *Tendances sociales canadiennes* réunit des données de différentes sources pour permettre l'analyse d'importantes questions et tendances sociales. On y présente également les plus récents indicateurs sociaux, ainsi que des renseignements sur les produits et services de Statistique Canada.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Cynthia Silver au (613) 951-2556, Division des statistiques sociales, du logement et des familles.



Le compte satellite du tourisme

Dans le cadre d'un programme de recherche concernant l'industrie du tourisme, Statistique Canada a développé un compte satellite du tourisme (CST) pour mesurer l'ampleur de cette industrie au Canada. Le CST est le premier du genre au Canada et de par le monde. Les estimations tirées du CST portent sur 1988, dernière année pour laquelle toutes les données de base requises étaient disponibles quand le travail a débuté.

Le CST de 1988 montre que le tourisme est un rouage important de l'économie canadienne et que les activités touristiques génèrent proportionnellement plus d'emplois que les activités non touristiques par dollar de valeur ajoutée directe. Les résultats ont été publiés dans le numéro du deuxième trimestre de 1994 de *Comptes Nationaux des revenus et dépenses, Estimations trimestrielles* (13-001 au catalogue).

Faits saillants

- Les dépenses en biens et services des visiteurs au Canada ont dépassé les 30 milliards$ en 1988.
- Les activités touristiques au Canada ont généré plus de 13 milliards$ en valeur ajoutée directe. Cela représente 3 % de toute l'activité du secteur des entreprises au Canada.
- Au Canada, plus de 460 000 postes équivalents à temps plein sont liés à la demande touristique. C'est 5 % de l'emploi total dans le secteur des entreprises.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec Jocelyn Lapierre au (613) 951-3640 ou par télécopieur au (613) 951-3618 , Division des comptes nationaux et de l'environnement.

Estimations des caractéristiques des voyageurs internationaux au 2e trimestre de 1994

Statistique Canada a annoncé en novembre 1994, la disponibilité de données provisoires portant sur les caractéristiques des voyageurs internationaux entre le Canada et les autres pays au deuxième trimestre de 1994.

Ces données portent sur les groupes d'âge, buts de voyage, activités, etc. des Canadiens ayant voyagé à l'étranger de même que des résidents des États-Unis et des autres pays ayant voyagé au Canada.

Faits saillants

- Au cours du deuxième trimestre de 1994,les Américains ont entrepris 3,3 millions de voyages d'une nuit ou plus au Canada, ce qui représente plus de 12 million de nuitées. La légère hausse des voyages effectués au Canada par des Américains résulte d'une remontée du marché d'agrément.
- Durant la même période, les Canadiens ont effectué 3,7 millions de voyages d'une nuit ou plus aux États-Unis, soit une baisse de 11 % par rapport au deuxième trimestre de 1993. Les Canadiens ont passé 40 millions de nuitées au États-Unis durant ces voyages au cours du deuxième trimestre de 1994, dont près de la moitié venait de l'Ontario.
- Alors que les voyages aux États-Unis diminuaient, les Canadiens s'envolaient encore vers des destinations d'outre-mer. Les voyages d'une nuit ou plus des Canadiens dans les pays d'outre-mer se sont chiffrés à 750 000 et représentaient quelques 15 millions de nuitées au deuxième trimestre de 1994.
- Les résidents des pays d'outre-mer ont entrepris 911 000 voyages d'une nuit ou plus au Canada, ce qui représente quelques 9,7 millions de nuitées au deuxième trimestre de 1994. Deux nuitées sur cinq sont passées en Ontario.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec Ruth Martin au (613) 951-1791 ou par télécopieur au (613) 951-2909, Section des voyages internationaux, Division de l'Éducation, de la culture et du tourisme.

▸ *suite de la page 10*

Canada durant le troisième trimestre de 1994 (tableau 6). Ce déficit au compte des voyages internationaux représente le plus bas déficit depuis le quatrième trimestre de 1989 alors que la différence se situait à 1,1 milliard$. C'est bien au-dessous (-22,6 %) du déficit désaisonnalisé du deuxième trimestre de 1994. Un facteur clé de l'amélioration du déficit au compte des voyages a été la faiblesse du dollar canadien.

Pour plus de renseignements sur les voyages entre le Canada et les autres pays, veuillez communiquer avec Ruth Martin au (613) 951-1791 ou par télécopieur au (613) 951-2909, Section des voyages internationaux, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

L'Indice des prix des voyages au troisième trimestre de 1994

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés des séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

L'indice des prix des voyages au Canada a augmenté de 3,9 % au cours du troisième trimestre de 1994 par rapport au deuxième trimestre. En comparaison, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation n'a augmenté que de 0,5 % au troisième trimestre de 1994 (voir Indicateurs de Touriscope à la page 12).

L'avance de l'IPV entre les deuxième et troisième trimestres de 1994 résulte de la hausse saisonnière du prix de l'hébergement (10 %). On doit cependant noter que la hausse des coûts du transport interurbain a été forte (9,9 %) pour cette période de l'année. Toutefois, l'effet est partiellement compensé par une légère hausse de 1,9 % dans cette autre composante majeure que constitue le coût d'utilisation de l'automobile.

En outre, l'IPV affiche la plus forte variation annuelle depuis le deuxième trimestre de 1993 (graphique H). La hausse annuelle de 13 % des prix du transport interurbain a contribué à l'accroissement des prix des voyages. Les hausses de prix par rapport à l'an dernier ont été plus faibles dans le transport par automobile (3,1 %) et pour l'hébergement des voyageurs (3,2 %). Cependant, l'augmentation annuelle observée pour l'IPC n'a été que de 0,2 %.

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613) 951-1673.

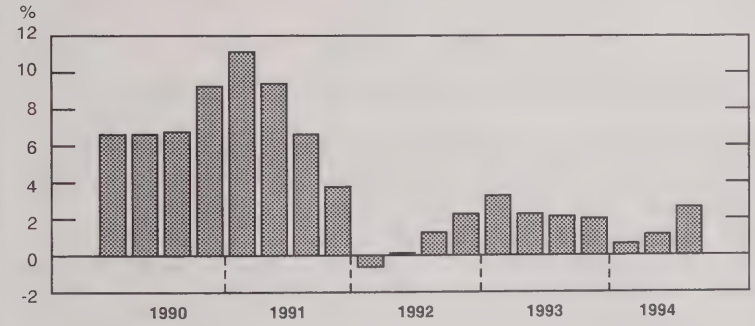
Tableau 6
Compte des voyages internationaux en données saisonnalisées

	Trimestres[1]		
	1er	2ième	3ième
	millions $		
États-Unis			
Recettes	1 391	1 382	1 424
Dépenses	2 589	2 623	2 337
Solde	-1 198	-1 240	-913
Tous autres pays			
Recettes	973	1 065	1 081
Dépenses	1 461	1 598	1 541
Solde	-488	-533	-460
Total, tous pays			
Recettes	2 364	2 447	2 505
Dépenses	4 050	4 220	3 878
Solde	-1 685	-1 773	-1 372

[1] *Données révisées pour le premier et le deuxième trimestres alors que celles du troisième trimestre sont provisoires.*

Source: Statistique Canada, nº 66-001 au cat.

Graphique H
Variation en pourcentage de l'Indice des prix des voyages par rapport à l'année précédente

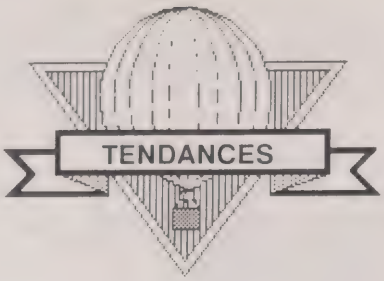


Source: Statistique Canada, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Tableau 7
Indice des prix des voyages, non désaisonnalisés, 1986 = 100

Année	Trimestres 1er	2e	3e	4e	Moyenne annuelle
1990	116,3	118,4	123,4	124,3	120,6
1991	129,2	129,6	131,6	128,9	129,8
1992	128,4	129,7	133,2	131,7	130,8
1993	132,6	132,9	136,0	134,4	134,0
1994	133,4	134,4	139,6		

Source: Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.



Voyages entre le Canada et les autres pays

Les voyages d'une nuit et plus augmentent en septembre

Les étrangers ont effectué un peu plus de voyages d'une nuit et plus (données désaisonnalisées[1]) au Canada en septembre 1994 par rapport à août. Ce genre de voyages est demeuré relativement constant depuis la fin de 1986 et le début de 1993, puis a commencé à augmenter en avril 1993.

Les résidents des États-Unis ont effectué un peu moins de voyages d'une nuit et plus au Canada en septembre qu'en août. Toutefois, le niveau demeure au-dessus de celui de septembre 1993. Un nombre record de voyageurs provenant d'outre-mer sont venus au Canada en septembre 1994. Leurs voyages d'une nuit et plus ont augmenté de 4,6 % par rapport à août pour atteindre un niveau bien au-dessus de ce qu'il était il y a un an (graphique G). En 1994, la hausse des voyages en provenance des pays d'outre-mer s'est produite alors que la contrepartie canadienne plafonnait.

Au total, les Canadiens ont effectué plus de voyages d'une nuit et plus à l'extérieur du pays en septembre par rapport à août. Cependant, le nombre de ces voyages demeure en-dessous du niveau atteint en septembre 1993. Un facteur clé de cette tendance à la baisse a été la faiblesse du dollar canadien (voir les taux de change à la page 12).

Depuis janvier 1992, les voyages d'une nuit et plus effectués par les résidents canadiens vers les États-Unis ont diminué graduellement. Toutefois, les Canadiens ont effectué 7,7 % plus de voyages d'une nuit et plus aux États-Unis en septembre qu'en août. Les voyages d'une nuit et plus vers tous les autres pays ont augmenté de 2,8 % comparativement au mois précédent, pour se fixer à 283 000.

Par conséquent, les visites d'une nuit et plus des résidents d'outre-mer au Canada sont plus nombreuses que celles des Canadiens dans ces mêmes pays depuis mai 1994.

Bons résultats à date pour le Canada

Durant les neufs premiers mois de 1994, les résidents des États-Unis et des autres pays ont effectué 13,3 millions de voyages d'une nuit et plus au Canada, en hausse de 5,9 % par rapport à la même période de 1993. Le nombre de déplacements d'une nuit et plus au Canada a augmenté pour les sept principaux pays d'origine autres que les États-Unis durant cette période. La majorité des provinces ont vu augmenté le nombre d'entrées en provenance des États-Unis (tableau 5). La hausse la plus remarquable a été enregistrée en Ontario, soit 348 000 entrées additionnelles en provenance des États-Unis au cours des neuf premiers mois de 1994.

Le Casino de Windsor attire les Américains

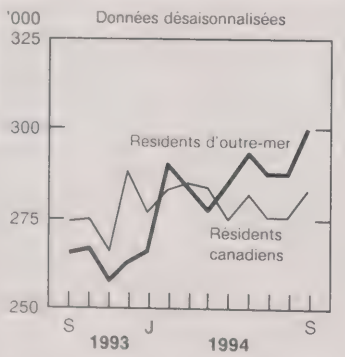
Depuis l'ouverture du Casino de Windsor en mai 1994, le nombre de résidents des États-Unis empruntant le Tunnel de Windsor a connu une hausse impressionnante. Les voyages en automobile, en incluant les entrées du même jour, ont augmenté de 48 % par rapport à la période allant de mai à septembre 1993.

Réduction du déficit au compte des voyages du Canada

Les Canadiens en voyage à l'extérieur du pays ont dépensé 1,4 milliard$ (données désaisonnalisées) de plus que les visiteurs étrangers en voyage au

1 Les comparaisons d'un mois à l'autre dans les voyages internationaux, et d'un trimestre à l'autre dans le cas du compte des recettes et des dépenses, sont obtenues en utilisant des données qui ont été désaisonnalisées pour tenir compte des variations qui se répètent annuellement. Les changements causés par les divers volumes de voyageurs associés à différents jours de la semaine ainsi que le nombre de jours dans un trimestre sont tenus en compte. Les comparaisons d'une année à l'autre sont obtenues à l'aide de données non désaisonnalisées, qui représentent les chiffres réels du trafic.

Graphique G
Voyages d'une nuit ou plus entre le Canada et les pays autres que les É.-U.



Source: Statistique Canada, nº. 66-001 au cat.

Tableau 5
Estimation des voyages d'une nuit ou plus des résidents au Canada

	Janv.-sept. 1994[P]	Janv.-sept. 1993 à janv.-sept. 1994[P]
	milliers	variation en %
Canada	10 474,2	4,8
Province d'entrée:		
Terre-Neuve	5,2	43,7
Île-du-Prince-Edouard	0,5	-61,1
Nouvelle-Écosse	150,0	-9,1
Nouveau-Brunswick	311,0	-7,1
Québec	1 180,2	0,2
Ontario	5 730,5	6,5
Manitoba	229,7	10,2
Saskatchewan	81,0	6,1
Alberta	383,9	-1,9
Colombie-Britannique	2 234,3	6,6
Yukon	168,0	5,4

P Données provisoires.
Source: Statistique Canada, nº 66-001P au cat.

Tableau 4

Part provinciale des dépenses de voyage des résidents américains lors de voyages d'une nuit ou plus au Canada en 1993

	Total	Provinces de l'Atlantique	Québec	Ontario	Manitoba et Saskatchewan	Alberta	C.-B. et Terr.
				%			
Dépenses dans la province, séjours d'une nuit ou plus	100	100	100	100	100	100	100
Principaux États d'origine:							
New York	11	9	16	16	6	5	4
Michigan	8	2	3	16	3	3	2
Washington	7	3	1	1	3	8	22
Californie	11	6	7	5	9	16	23
Autres	63	80	73	62	79	68	49

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 6*

La grande dispersion géographique sur notre continent permet à plusieurs marchés d'exister. Dans les provinces de l'Atlantique, le Massachusetts représente le plus important marché au titre des dépenses touristiques, avec 19 % des recettes américaines dans cette région du Canada. Il supplante le Maine qui affiche presque le même nombre de visites d'une nuit ou plus, mais seulement 8,8 % des dépenses. Le Maine partage le deuxième rang aux Maritimes avec New York. De plus, le Massachusetts génère 10 % des recettes touristiques américaines au Québec, ce qui en fait le deuxième plus important marché, derrière New York.

À la poursuite des dollars américains

De ce qui précède, une synthèse des caractéristiques dominantes d'un visiteur américain au Canada peut être établie. Le voyageur américain typique séjourne au Canada moins d'une semaine, pour l'agrément. Il ou elle utilise l'automobile plus que tout autre moyen de transport et aime voyager pendant la saison d'été. Ses déplacements se font généralement vers l'Ontario. Finalement, cet Américain typique dépense en moyenne 87 $ par nuit au Canada, alors que le résident d'un pays d'outre-mer n'y laisse que 81 $ par nuit (chiffres de 1993). Ce montant par nuitée indique toute l'importance du marché américain. Cette clientèle se caractérise cependant par des séjours plus courts que ceux des résidents des autres pays au Canada.

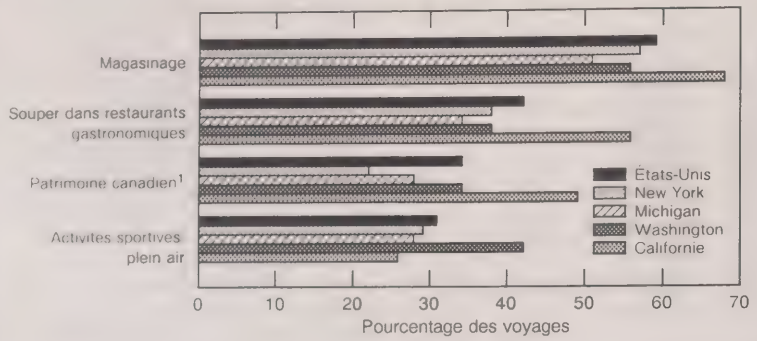
Le produit touristique canadien doit offrir un rapport qualité/prix avantageux pour attirer la clientèle américaine. En 1993, 25 % des voyageurs américains ont jugé que le rapport qualité/prix était meilleur au Canada que chez eux. C'est la plus forte proportion jamais enregistrée à ce titre.

Pour augmenter le tourisme américain au Canada, on doit se pencher sur les tendances de voyage des résidents des États-Unis. Au cours des neuf premiers mois de 1994, les résidents des États-Unis ont effectué 10,5 millions de voyages d'une nuit ou plus au Canada, en hausse de 4,8 % par rapport à 1993. De ce nombre, 7,3 millions ont été entrepris en automobile, ce qui représente une augmentation de 5,6 % par rapport à 1993. Puisque l'automobile est si populaire, une attention particulière à l'infrastructure qui entoure ce genre de voyage est essentielle.

Pour favoriser le tourisme hivernal, le Canada devrait mettre l'emphase sur les sports et les activités d'hiver pour attirer les touristes américains durant cette période. Entre janvier et mars 1994, 29 % des Américains en voyage d'une nuit ou plus au Canada ont rapporté une participation aux activités sportives et de plein air. À l'hiver de 1990, cette proportion n'était que de 23 %. Le Canada enregistre une croissance de son plus important marché international des voyages en 1994. Cette perspective positive devrait se traduire par une meilleure compétitivité pour l'industrie touristique canadienne.

Edith Chartrand a occupé en tant qu'étudiante, un emploi d'été dans la Section des voyages internationaux à la Divison de l'éducation, de la culture et du tourisme. Lise Beaulieu-Caron est analyste principale à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, Division de l'éducation de la culture et du tourisme.

Graphique F
Taux de participation à certaines activités lors de voyages des résidents des États-Unis au Canada selon l'origine en 1993



1 Visites de parcs nationaux, provinciaux, régionaux et lieux historiques.
Nota: Les voyageurs peuvent participer à plus d'une activité lors d'un voyage. Par conséquent, le nombre total d'activités dépasse le nombre total de voyages.
Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 3
Part provinciale des visites d'une nuit ou plus en 1993

Province visitée	États-Unis	New-York	Michigan	Washington	Californie
			%		
Canada, total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Provinces de l'Atlantique	7	3	1	2	4
Québec	13	15	3	1	10
Ontario	49	75	92	2	20
Manitoba et Saskatchewan	4	1	1	2	3
Alberta	6	1	1	8	13
Colombie-Britannique[1]	21	5	2	85	50

1 Comprend le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.
Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 5*

Les Américains magasinent au Canada

Le magasinage est l'activité la plus souvent mentionnée par les Américains en voyage au Canada ; trois voyages sur cinq comportent cette activité. Cependant, seule la Californie parmi les États étudiés affiche une propension à magasiner supérieure à la moyenne (graphique F). La Californie se distingue aussi par le fait que ses résidents ont une plus forte propension à souper dans des restaurants gastronomiques. Les parcs et lieux historiques canadiens attirent surtout les Californiens alors que les New yorkais sont les moins intéressés du groupe. Finalement, les résidents de l'État de Washington participent plus que les autres aux activités sportives et de plein air lors de leur séjour au Canada.

Entre voisins

Lors de leurs voyages au Canada, certains résidents américains en profitent pour visiter plus d'une province. En 1993, la moitié de ces visites[5] incluait l'Ontario, faisant de cette province la destination principale. De son côté, la Colombie-Britannique[6] accueillait 21 % du total. Le Québec s'est classé au troisième rang avec une part de 13 % (tableau 3).

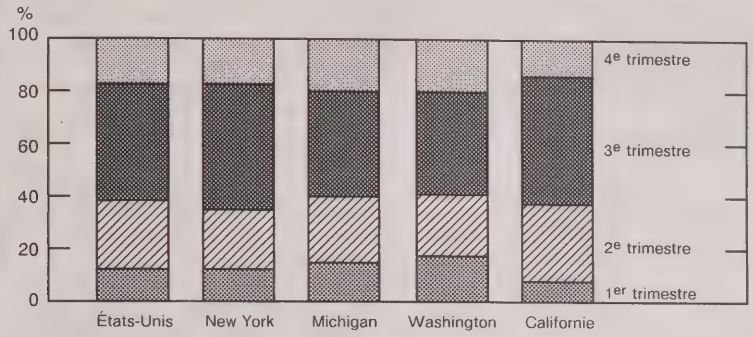
Les trois-quarts des voyageurs de l'État de New York visitent l'Ontario. Cet État est aussi la principale source de touristes américains pour le Québec. La localisation géographique est donc un facteur important lorsque les Américains choisissent de voyager au Canada. Ainsi, les résidents de Washington visitent souvent la Colombie-Britannique. En 1993, 85 % du total des visites de ces résidents américains allait à cette province. Les résidents du Michigan affectionnent l'Ontario, neuf sur dix ne visitent que cette province au Canada. Ils constituent pour l'Ontario le deuxième marché américain en importance.

Une variété de marchés

Le Californien préfère visiter les provinces de l'Ouest. Il affectionne plus particulièrement la Colombie-Britannique qu'il visite une fois sur deux. L'Alberta compte pour 13 % de ses visites. De fait, cet État est le marché américain principal des deux provinces de l'Ouest au titre des dépenses de voyage. L'Alberta tire 16 % de ses recettes touristiques américaines des voyageurs originaires de la Californie alors que la Colombie-Britannique en tire 23 %. Grâce à sa proximité, Washington génère 22 % des recettes touristiques américaines en Colombie-Britannique (tableau 4). Il faut rappeler que les dépenses découlant de voyages du même jour ne sont pas comptabilisées dans cette étude.

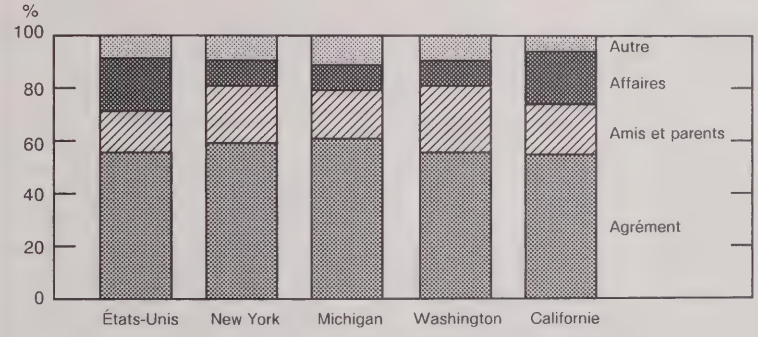
5 Visites-provinces d'une nuit ou plus.
6 Comprend le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

Graphique D
Voyages d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis au Canada selon l'origine et le trimestre en 1993



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Graphique E
Voyages d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis au Canada selon l'origine et le but en 1993



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 4*

5,5 millions de voyages au Canada ont été enregistrés à cette période, comptant pour 46 % du total annuel. Ces voyages ont duré plus longtemps en moyenne que durant les autres périodes de l'année. Au deuxième trimestre (avril, mai, juin) on enregistrait 3,1 millions de voyages, représentant 26 % de l'année. Au cours du quatrième trimestre (octobre, novembre, décembre), 2,0 millions de voyages ont été enregistrés, soit 17 % du total annuel. Le premier trimestre, regroupant les mois d'hiver, a été le moins populaire avec 12 % des voyages des résidents américains au Canada. C'est aussi durant cette période de l'année que les voyages sont les plus courts.

Les Californiens et les résidents de l'État de New York sont les plus enclins à voyager en été au Canada, près de 50 % en 1993 (graphique D). Au cours de cette même année, 29 % des voyages des résidents de la Californie ont été entrepris au printemps. Les voyages printaniers des trois autres États sont moins populaires que pour l'ensemble des États-Unis. Ce sont les résidents du Michigan et de Washington qui voyagent au Canada le plus au quatrième trimestre avec 20 % du total. Une particularité de la Californie réside dans le fait que c'est durant les mois les plus froids du premier et du quatrième trimestres qu'ils voyagent le moins au Canada par rapport à l'ensemble des États-Unis.

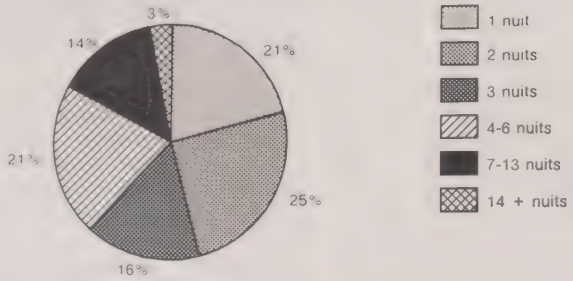
Les vacances en tête

Les voyages d'agrément demeurent la raison première de voyager au Canada pour les résidents des États-Unis dans plus de la moitié des cas. Les visites d'amis ou de parents occupent un cinquième du total, alors que les raisons d'affaires, congrès ou emploi retiennent 15 % du total des visites d'une nuit ou plus en 1993 (graphique E).

Les résidents des quatre États de notre étude suivent la tendance nationale et se déplacent au Canada surtout pour entreprendre des voyages d'agrément . En 1993, 61 % des résidents du Michigan venaient au Canada pour des raisons d'agrément, représentant la plus forte proportion du groupe à l'étude. Les voyages pour visiter des parents ou des amis forment le second groupe en importance chez les résidents des États voisins du Canada. Ce type de voyage est même très populaire auprès des résidents de Washington, un voyage sur quatre a été entrepris pour cette raison en 1993. Par contre, les Californiens sont aussi enclins à voyager au Canada par affaires que pour visiter des parents ou amis.

En 1993, 10 % des voyages se faisaient pour affaires en ce qui concerne les résidents de New York, le Michigan et Washington. Entre eux, ces trois États ont quand même généré près du quart des voyages d'affaires d'origine américaine au Canada. La Californie présente un profil quelque peu différent par rapport à ce type de voyage. Un Californien sur cinq vient au Canada par affaires.

Graphique C
Voyages d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis au Canada selon la durée en 1993



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 2
Voyages d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis au Canada selon le mode de transport

	Automobile			Autres que l'automobile		
	Voyages-personnes	Dépenses	Dépense moyenne par nuit	Voyages-personnes	Dépenses	Dépense moyenne par nuit
	'000	$000 00	$	'000	$000 000	$
États-Unis, total	**8 260**	**2 205**	**69**	**3 764**	**1 918**	**125**
Principaux États d'origine:						
New York	1 433	316	66	425	151	106
Michigan	1 351	268	70	216	67	112
Washington	894	206	69	209	59	74
Californie	278	127	76	481	315	117
Autres	4 304	1 288	68	2 433	1 326	134

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 3*

Les courts voyages favorisent l'automobile comme moyen de transport

En 1993, un voyage sur cinq effectués par des résidents des États-Unis au Canada n'a duré qu'une seule nuit (graphique C). Durant la même période, les déplacements de deux nuits ont été plus populaires et représentaient le quart des voyages. En ce qui a trait aux séjours de trois nuits, moins nombreux, ils ont attiré 16 % du marché. C'est dans une proportion de 21 % que les Américains entreprennent des voyages de quatre à six nuits au Canada. Les séjours de plus d'une semaine ne comptent que pour 17 % du total. Entre 1990 et 1993, il n'y a eu que très peu de variation des parts de marché selon la durée du voyage au Canada.

L'automobile est le moyen de transport le plus utilisé lors des voyages des Américains au Canada. En 1993, les résidents des États-Unis ont effectué 8,3 millions d'entrées au Canada par automobile, représentant 69 % du total (tableau 2). Plus de la moitié des dépenses effectuées par les voyageurs américains ont été engagées lors de voyages en automobile. Cependant, il faut noter que le nombre de voyages effectués en automobile au Canada a diminué. Cette baisse s'est produite dans le marché des voyages d'agrément. Du coté positif, les voyages par avion ont augmenté fortement en 1993, pour atteindre un niveau comparable au record établi en 1990.

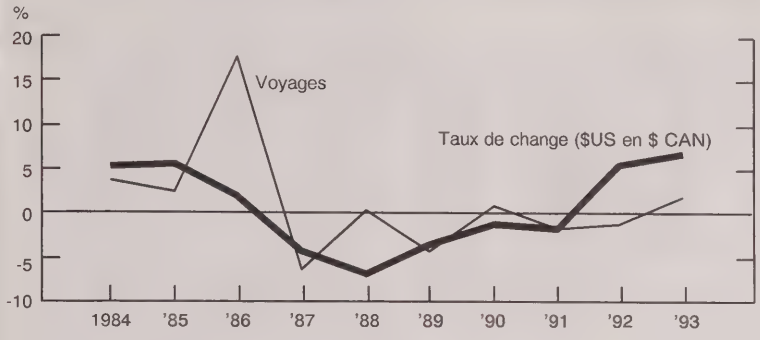
Compte tenu des destinations canadiennes qu'ils préfèrent, les résidents de New York ont favorisé l'utilisation de l'automobile aux dépens des autres moyens de transport. Les voyages par automobile s'élevaient à 77 % du total en 1993, pour un séjour moyen de 3,4 nuits et une dépense de 66 $ par nuit. L'automobile est aussi le moyen de transport favori des résidents du Michigan. En 1993, 86 % de leurs voyages au Canada se sont effectués en automobile. Les voyageurs originaires du Michigan ont dépensé 70 $ par nuit au Canada lors de séjours de moins de 3 nuits en moyenne.

C'est dans une proportion de 81 % que les résidents de Washington ont utilisé l'automobile lors de leurs voyages au Canada en 1993. Une dépense moyenne de 69 $ par nuit s'applique à ces voyages en automobile d'une durée habituelle de 3,4 nuits. Par contre, la Californie a affiché une tendance différente étant donné son éloignement de la frontière canadienne. L'automobile ne représente que 37 % des voyages au Canada mais son utilisation s'accompagne d'un séjour moyen de 6 nuits au Canada. De plus, les Californiens voyageant en automobile au Canada dépensent 76 $ par nuit, soit la plus forte moyenne du groupe.

Vivement l'été

Le troisième trimestre (juillet, août et septembre) demeure le plus populaire. Les résidents des États-Unis voyagent surtout au troisième trimestre. En 1993,

Graphique B
Variations annuelles des voyages d'une nuit ou plus en provenance des É.-U. et du taux de change



Source: Revue de la Banque du Canada ; Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 1
Voyages d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis au Canada en 1993 selon l'origine

	Voyages-personnes	Nuitées	Durée moyenne	Dépenses	Dépense moyenne par Voyage	Dépense moyenne par Nuit
	'000	'000	Nuits	$000 000		$
États-Unis, total	**12 024**	**47 491**	**3,9**	**4 123**	**343**	**87**
Principaux États d'origine:						
New York	1 859	6 229	3,4	467	251	75
Michigan	1 568	4 407	2,8	335	214	76
Washington	1 103	3 776	3,4	265	240	70
Californie	759	4 369	5,8	442	582	101
Autres	6 735	28 710	4,3	2 614	388	91

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 2*

Quatre États se démarquent des autres au niveau de leur importance touristique pour le Canada, soit New York, le Michigan, Washington et la Californie. Ils contribuent pour 44 % des voyages entrepris par des résidents américains au Canada et 37 % de leurs dépenses en 1993. En première position, les résidents de New York ont retenu une part de 15 % des voyages et 11 % des dépenses. Les recettes touristiques que le Canada tire des résidents de l'État de New York sont même plus élevées que celles de son plus lucratif marché d'outre-mer, le Japon.

Principaux marchés par État américain

New York est l'État le plus peuplé sur la frontière canadienne, avec 18 millions de résidents en 1993. Des quatre États étudiés, il affichait le revenu personnel disponible par habitant le plus élevé[4]. Les résidents de New York ont effectué 1,9 million de voyages au Canada en 1993 et y ont dépensé quelques 467 millions de dollars (tableau 1). Ce marché est resté stable comparé à l'année précédente en termes de volume et de durée de séjour. Cependant, il n'a pas encore récupéré l'ampleur de 1990.

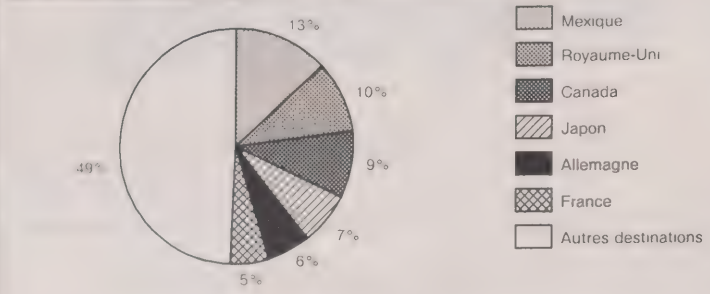
À première vue, l'importance de la Californie relève du fait que c'est l'État le plus populeux, soit 31 millions d'habitants en 1993. Malgré la baisse de popularité qui a suivi la récession du début des années 90, la Californie demeure un marché touristique vital pour le Canada. Des quatre principaux États américains d'origine, la Californie représente le marché le plus lucratif au titre des dépenses moyennes par nuitée. Les dépenses journalières de ces touristes les classent plus près du comportement des Japonais que des autres résidents américains. De plus, ce sont ceux qui séjournent en moyenne le plus longtemps au Canada, parmi les quatre principaux États.

Pour leur part, les résidents de Washington ont diminué leurs voyages au Canada de 5,0 % entre 1992 et 1993, soit la plus forte baisse annuelle des quatre États étudiés. Toutefois, ce fléchissement a été compensé par une hausse du séjour moyen. Avec une population de seulement 5,3 millions, cet État affichait un revenu personnel disponible par habitant comparable à celui de la Californie en 1993.

Contrairement aux États mentionnés plus haut, le Michigan a connu une légère croissance du nombre de voyages de ses résidents au Canada entre 1992 et 1993. Cependant, la reprise a été accompagnée d'une baisse de la durée moyenne du séjour au Canada. Cet État revendique maintenant le plus court séjour moyen du groupe au Canada. En 1993, le Michigan comptait 9,5 millions d'habitants dont le revenu personnel disponible était le moins élevé du groupe à l'étude.

[4] *Département du commerce des États-Unis, Survey of Current Business, volume 74 nº 8.*

Graphique A
Répartition des dépenses[1] de voyages internationaux des résidents des États-Unis en 1993



[1] Excluant les frais de transport international.
Source: United States Travel and Tourism Administration, Bureau of Economic Analysis, juillet 1994

▸ *suite de la page 1*

Prépondérance des États-Unis sur le marché international des voyages au Canada

Les résidents des États-Unis ont effectué 12 millions de voyages[2] au Canada en 1993, représentant 80 % des voyageurs étrangers au pays. Le Royaume-Uni, qui occupe le deuxième rang, suit de très loin avec 562 000 voyages au Canada. Pour leur part, les résidents du Japon ont entrepris 409 000 voyages de ce genre. Les dépenses touristiques des voyageurs américains se sont établies à 4,1 milliards de dollars[3] en 1993. Si on tient compte aussi des dépenses encourues lors d'excursions de moins de 24 heures au Canada, ce montant augmente de 0,6 milliard de dollars. Par ailleurs, les résidents britanniques et japonais ont dépensé ensemble au Canada moins d'un milliard de dollars.

[2] À moins d'avis contraire, il est question de voyages-personnes d'une nuit ou plus. Les dépenses de voyages au Canada sont exprimées en dollars canadiens et excluent les frais de transport international.

La décennie en perspective

Lors de la récession de 1982, le nombre de voyages de résidents des États-Unis au Canada est descendu à 10,5 millions. En 1986, année de l'Expo à Vancouver, il atteignait un sommet jamais vu de 13,6 millions. Depuis 1987, le chiffre est demeuré sous la barre des 13 millions. En 1992, on a enregistré 11,8 millions de voyages, le niveau le plus bas depuis 1986. La récession qui a atteint les marchés américain et canadien en 1990 et le taux de change ont contribué à cette diminution. Au cours de 1993, les voyages des résidents américains au Canada ont connu une légère croissance pour atteindre 12,0 millions. La bonne perspective économique aux États-Unis ainsi qu'un taux de change plus favorable (1,29 $ CAN pour chaque dollar US en 1993) ont contribué à cette augmentation. De fait, les voyageurs américains n'avaient profité d'un aussi bon taux de change au Canada depuis 1988 (graphique B).

Info-voyages

Éditrice: *Lise Beaulieu-Caron*
Téléphone: 613-951-1673
Télécopieur: 613-951-2909

*La photo est une courtoisie d'***Industrie Canada.**

Prix : Canada : 10 $ l'exemplaire, 40 $ par année
États-Unis : 12 $ US l'exemplaire, 48 $ US par année
Autres pays : 14 $ US l'exemplaire, 56 $ US par année

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada
Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada
Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Nº 87-003 au Catalogue ISSN 0713-2840 Volume 14, Numéro 1

Publications

Info-voyages

Prix : Canada : 10 $, 40 $ par année
États-Unis : 12 $ US, 48 $ US par année
Autres pays : 14 $ US, 56 $ US par année

Hiver 1995

JAN 26 1995
University of Toronto

Les Américains voyageant au Canada : un marché de quatre milliards de dollars

par Edith Chartrand et Lise Beaulieu-Caron

Le marché des voyages internationaux des États-Unis est l'un des plus importants au monde. Il représente aussi une composante vitale pour l'industrie touristique au Canada. Par sa position géographique stratégique, le Canada est à même de bénéficier de la reprise économique amorcée chez notre voisin du Sud. Le défi pour l'industrie touristique canadienne est d'offrir des produits ciblés afin d'attirer plus de voyageurs. Les données tirées de l'Enquête sur les voyages internationaux au Canada sont utiles puisqu'elles permettent de surveiller les tendances de voyages des résidents des États-Unis dans ce pays.

En 1993, plus de 44 millions d'Américains ont voyagé à l'étranger. Leurs dépenses ont représenté quelques 41 milliards de dollars US (à l'exclusion des frais de transport international). Selon le U.S. Travel and Tourism Administration, le Canada a accueilli 27 % de tous les Américains en voyage à l'étranger mais n'a récolté que 9,1 % des dépenses qu'ils y ont effectuées en 1993. Cette différence peut s'expliquer par des séjours plutôt courts, de quatre nuits en moyenne, au Canada. La ventilation des dépenses de voyage par pays visité démontre que le Canada vient au troisième rang, derrière le Mexique et le Royaume-Uni (graphique A).

Le Canada fait donc face à une forte concurrence pour le marché international américain. Toutefois, le plus grand concurrent demeure le marché intérieur américain. Leur nationalisme et un vaste territoire caractérisé par des régions climatiques et géologiques diversifiées permettent de répondre à tous les goûts. D'après le National Travel Survey du U.S. Travel Data Center, le marché intérieur américain représentait plus d'un milliard de voyages[1] en 1993. C'est dans ce cadre global que le présent article tente de cerner les caractéristiques du marché des voyageurs américains au Canada, en se concentrant sur les quatre principaux États d'origine.

[1] *Cette enquête porte sur les personnes voyageant à 100 milles ou plus du domicile.*



Touriscope

Dans le présent numéro...

Article de fond
Les Américains voyageant au Canada : un marché de 4 milliards$ 1

Tendances
Voyages entre le Canada et les autres pays 8
Indice des prix des voyages 9

Quoi de neuf ?
Information de Statistique Canada dans le domaine du tourisme 10

INDICATEURS DE TOURISCOPE 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

atalogue 87-003 ISSN 0713-2840

Volume 14, Number 2

Government Publications

Travel-log

rice: Canada: $10.00, $40.00 annually
nited States: US$12.00, US$48.00 annually
ther Countries: US$14.00, US$56.00 annually

Spring 1995

Profile of Business Trips to Canada from the United States

by Lise Beaulieu-Caron

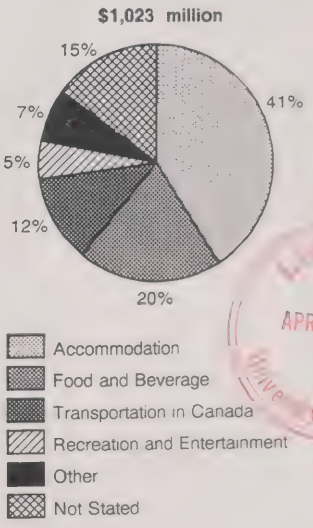
The United States ranks first in the world in terms of business travel. Canada is endeavouring to increase its share of this lucrative market. The article below aims to identify the characteristics of American travellers coming to Canada on business.

Canada and the United States are the largest trading partners in the world. In view of the close links between the two countries, the flows associated with business travel are important. In 1993, business travel by Americans represented receipts of $1 billion in Canada, excluding international transportation fares. By way of comparison, the figure for business travel from other countries was $0.5 billion. In addition, the expenses associated with business travel accounted for over one fifth of the huge American travel market in Canada. Business travel is an essential component of the tourism industry in Canada. Nearly half the expenditures of American business travellers in Canada in 1993 were made in the accommodation sector (Graph A). The Canadian hotel industry estimates that nearly half of its receipts come from the business and government sector.[1]

This article gives an overview of the American business travel market, focussing on overnight trips to Canada. While trips of less than 24 hours accounted for 45% of American entries into Canada for business purposes in 1993, expenditures in these instances represented only 4% of the one billion dollars generated by this target market (Table 1).

[1] *Statistics Canada, Traveller accommodation statistics, Catalogue No 63-204, March 1994.*

Graph A
Distribution of Spending[1] in Canada by American Residents While on Business Trips, 1993



[1] Excludes international transportation fares.
Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

APR 2 5 1995
Toronto

Tourjscope

In This Issue...

Feature Article
Profile of Business Trips to Canada from the United States 1

Trends
Travel Between Canada and Other Countries 8
International Travel Account 9
Travel Price Index 10

What's New?
Statistics Canada information related to tourism 12

TOURISCOPE INDICATORS 14

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Additional information

Data Source
The Government Travel Survey of U.S. Visitors to Canada, which has been conducted by Statistics Canada since 1990, provides the data base for this study. Canada Customs officers are responsible for counting and distribution of questionnaires at the border ports. The questionnaire response rate for this survey was 7% in 1993. Prior to that, the Survey of American Visitors was handled by the United States Department of Commerce.

Coverage
The analysis is based on the year 1980 and on the data collected since 1990. Between 1981 and 1989, the sample size of American travellers did not permit a breakdown of business travel in Canada. For the purposes of this article, we limited ourselves to trips of at least one night.

Definitions
A business trip is defined in the Survey as including conventions, meetings, conferences, trade shows or seminars, or other work. The trip to Canada must be for less than one year. Military personnel, diplomats and international transportation crews are excluded.

Considerations relating to the Free Trade Agreement
Part IV of the Canada-U.S. Free Trade Agreement contains commitments regarding business travel in order to eliminate barriers to trade in goods and services between the two countries. The two governments adapted the regulations in order to facilitate business travel.

This liberalized access applies to four types of business travellers: business visitors, traders and investors, professionals and intra-company transferees. These persons are now allowed to enter Canada without having to obtain a temporary employment authorization pursuant to the Canada Immigration Regulations.

▸ *Continued from page 1*

In 1980 the number of business trips[2] by American residents to Canada was greater than the comparable figures for Canadians to the United States (Graph B). Between 1980 and 1990, however, business travel by Americans to Canada rose at a very slow rate averaging 0.9% a year, while business travel by Canadians to the United States went up 3.8%. Consequently, in 1990, more Canadians travelled to the United States on business than Americans travelled to Canada for the same purpose.

According to the survey conducted by Statistics Canada (see Additional Information), business travel accounted for 14% of the trips by Americans to Canada in 1990, the same proportion as in 1980. Since that time, the market share has grown slightly, to 15% in 1992-93. This small increase in market share in the early part of the decade is attributable to a higher number of business trips, while the total number of trips made to Canada by United States residents for any reason dropped between 1990 and 1993. The Canada-U.S. Free Trade Agreement thus seems to have had a beneficial effect on business travel by Americans, if only because it facilitated access to Canada. This would create new commercial opportunities for the Canadian tourism industry in this specialized niche.

[2] *Trips of one or more nights, unless otherwise indicated.*

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor: *Monique Beyrouti*
Tel: 613-951-1673
Fax: 613-951-2909

Price: Canada: $10.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$12.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$14.00 per issue, US$56.00 annually

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada
Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of Appreciation

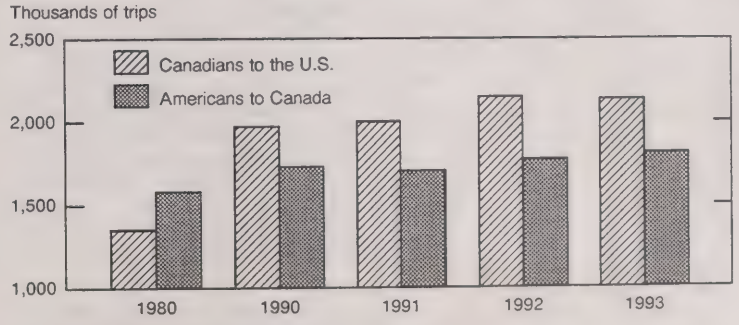
Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Table 1
Business Trips by Residents of the United States to Canada by Mode of Transportation, 1993

	Trips	Spending	Average Spending per Trip
	'000	000 000 $	$
Same-Day Trips	1,468	41	28
Auto	1,290	30	23
Non-auto	178	11	62
Overnight Trips	1,815	983	542
Auto	530	188	355
Non-auto	1,285	795	619

Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Graph B
One or More Nights Business Trips Between Canada and the United States



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

▸ *Continued from page 2*

Ontario: Main Centre of Attraction

Not only is Ontario the main destination of American business travellers, but Toronto is also the city most often visited in Canada. Americans made some 664,000 business trips to that city in 1993, three times the number of trips made to Montreal. Data shows that the attraction to Ontario by American business travellers has been growing since 1990 to surpass 1 million in 1993. Over one million visits were made to the province as a whole in 1993 (Graph C).

As the most popular destination in Canada according to Americans, Ontario found that business travel accounted for 16% of all visits by Americans to Ontario. In Quebec and Alberta, however, the proportion of business travel was the highest, i.e. 18% in 1993. In addition, Alberta recorded an increase of 28% in this type of travel between 1990 and 1993, compared with 4% in the country as a whole.

Of the three reasons specified in the survey for making a business trip to Canada, business meetings were mentioned in 55% of the cases (Table 2). One third of the business trips were to attend conventions, conferences, seminars and trade shows. The other reasons for business travel accounted for 13% of the market.

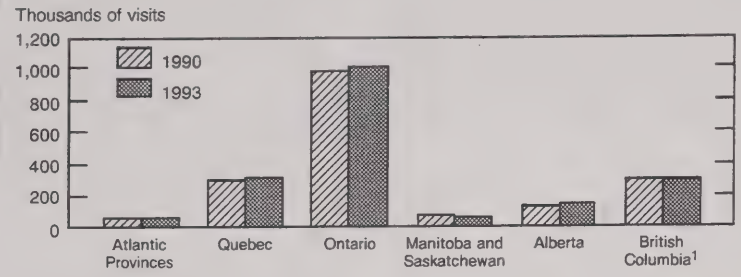
While business meetings are generally shorter than conventions, conferences or seminars, they are more profitable for Canada in terms of spending per day. When Americans come to Canada for business meetings, 56% of the time they come to Ontario. With respect to conventions, seminars and trade shows, half come to Ontario.

Where do they come from?

In 1980, the regions of origin for the majority of business travel were located close to Ontario (Graph D). The main region was the Middle Atlantic, comprising New York, New Jersey and Pennsylvania, with a market share of 23%. It was followed closely by the East North Central region, with 21% of the total. This region comprises Wisconsin, Michigan, Illinois, Indiana and Ohio.

Ten years later, the East North Central region pulled ahead of the Middle Atlantic, accounting for 23% compared with 20%. In 1993, thanks to Michigan and Illinois, the East North Central region widened the gap and pulled ahead to 25%. However, the Middle Atlantic maintained its share at 20% of the business travel to Canada, as a result of the strong performance by New York.

Graph C
One or More Nights Business Visits by American Travellers by Province



[1] Includes Yukon and the Northwest Territories.
Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Table 2
Overnight Business Trips by Residents of the United States to Canada by Purpose of Trip, 1993

	Trips	Nights	Spending	Average Duration	Average Spending per Trip	Average Spending per Night
	'000	'000	000 000 $	Nights	$	$
TOTAL	**1,815**	**5,558**	**983**	**3.1**	**542**	**177**
Meetings	1,001	2,313	471	2.3	471	204
Congresses, conferences trade show or seminar	573	2,366	376	4.1	656	159
Other Business	241	879	136	3.6	564	155

Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

▸ *Continued from page 3*

In the Canadian ranking of business travel by state of origin, New York, Michigan and California are at the top of the list (Graph E). Ontario benefits from the proximity of two main business markets. However, Michigan is slightly ahead of the State of New York from Ontario's standpoint. These two markets account for one business trip out of four in that province. California remains an important player, in sixth position behind Ohio, Illinois and Pennsylvania, all neighbours of Ontario.

The Province of Quebec primarily attracts business travellers from New York. It is the only state that accounts for more than 10% of the American business trips to that province. In second position in Quebec is Illinois, followed closely by Pennsylvania. An interesting point to note is that more Californians than Michigan residents made a business trip to Quebec in 1993.

As is the case with all travel by American residents to British Columbia[3], the State of Washington represents the main source of business travel, 26%. California is second with 17%.

At the height of the recession, in 1991, only four states sent more than 100,000 travellers on business to Canada, namely, New York, California, Michigan and Illinois. In 1993, there were three more: Pennsylvania, Ohio and the State of Washington. In addition, Texas emerged as one of the main markets for business travel. In 1993, some 83,000 business travellers came from this part of the United States. Half of these headed for Ontario, but Alberta was second, ahead of Quebec.

An Asset to the Tourism Industry

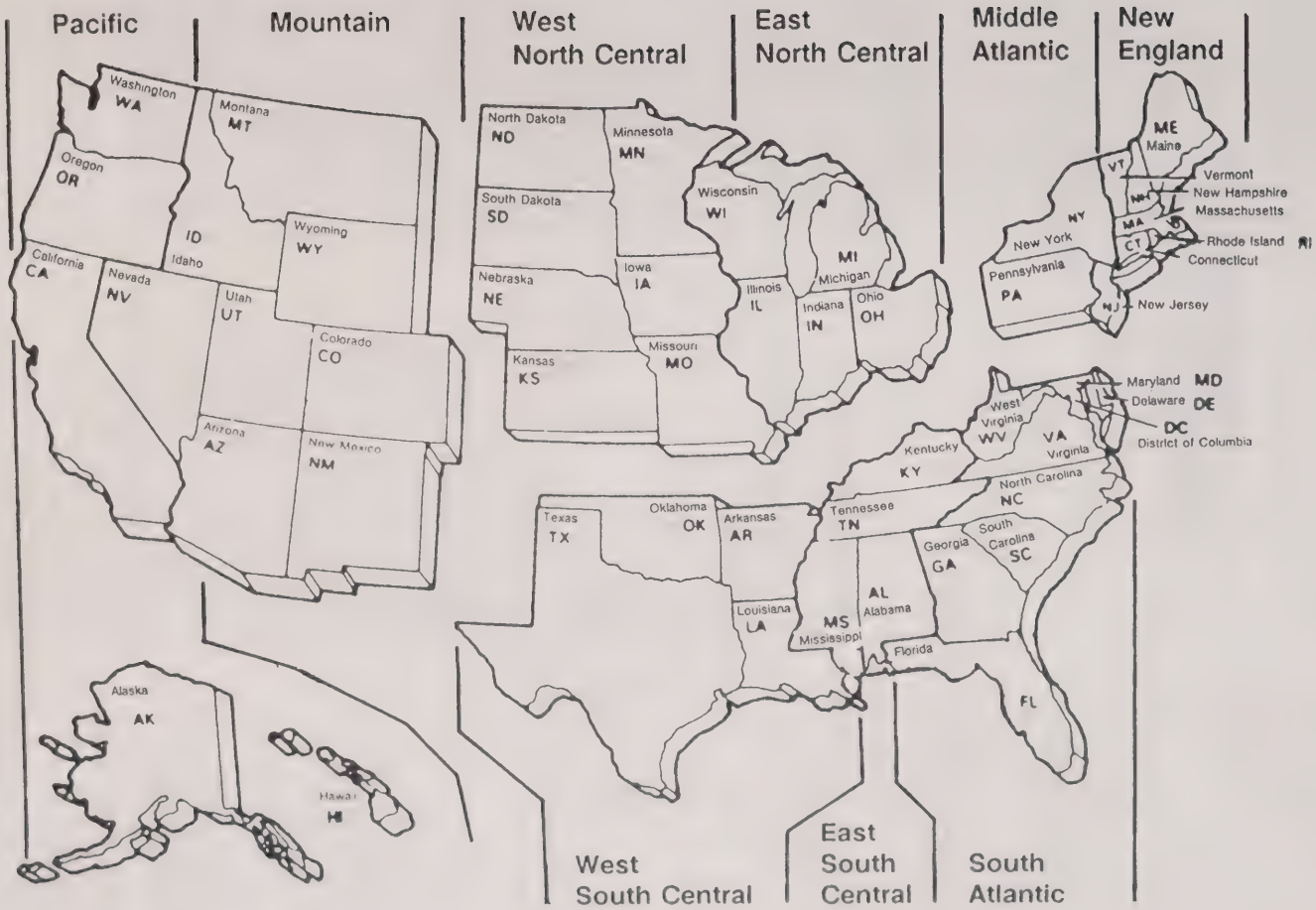
In 1993, meetings, conventions, conferences, seminars, trade shows or other work attracted 1.8 million business travellers from the United States to Canada. The average stay was three nights, while for all American travellers in Canada, it was four. These trips brought in $983 million, nearly half of which was spent on accommodation alone.

Business travellers come to Canada year round, contrary to vacationers, who prefer the summer. It is in the summer, however, that their average stay is longer, as if they wanted to take advantage of the opportunity to combine business with pleasure (Table 3).

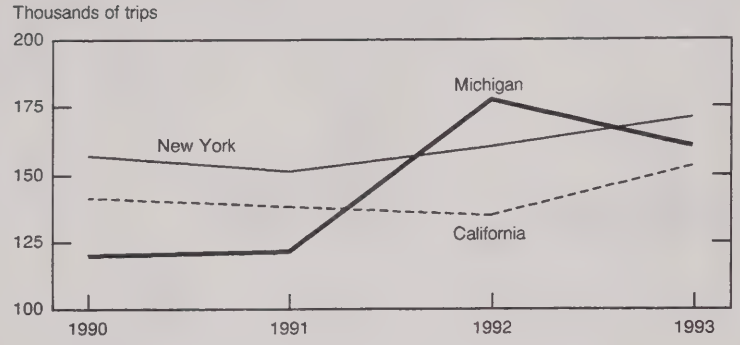
Only 29% of American business travellers came to Canada by automobile. Most of them came by plane to save time. Regardless of whether they came by car or plane, the duration of their stay was practically the same. In both cases, business meetings accounted for less time than conventions, conferences and seminars.

[3] *Includes Yukon and Northwest Territories.*

U.S. Regions and States



Graph E
Major Business Leagues



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Table 3
Overnight Business Trips by Residents of the United States to Canada by Quarter, 1993

	Trips	Nights	Spending	Average Duration	Average Spending per Trip	Average Spending per Night
	'000	'000	000 000 $	Nights	$	$
First	352	965	164	2.7	466	170
Second	557	1,704	290	3.1	521	170
Third	515	1,829	320	3.6	621	175
Fourth	392	1,061	209	2.7	533	197

Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

▸ *Continued from page 4*

It is with respect to expenditures that a marked difference is seen between business travellers coming to Canada by automobile and those using another means of transportation. The average expenditure per night on a business trip to Canada by automobile was $115, while for the other means of transportation it amounted to $200 in 1993.

They Do More Than Just Work

The survey endeavoured to determine the interest engendered by a trip to Canada by presenting a list of activities. The activity most often reported by these business travellers to Canada was related to fine dining. Three out of five travellers indicated they had enjoyed meals in high quality restaurants. Shopping was second, with nearly half the travellers engaging in this activity during spare time, while 37% also took advantage of their stay to go sightseeing (Graph F).

While nearly half of these people travelled alone, one out of four business travellers was accompanied by another adult (Table 4). The increase in the number of trips was most pronounced between 1990 and 1993 in the age group 45-54 years. In addition, nearly 550,000 trips were made by women in 1993, an increase of 10% over 1990.

The American Recovery and Business Travel to Canada

The American economy recorded strong growth in 1994. Canada is in a good position to benefit from this recovery, which would translate into a new upward movement in the market for travel from the United States.

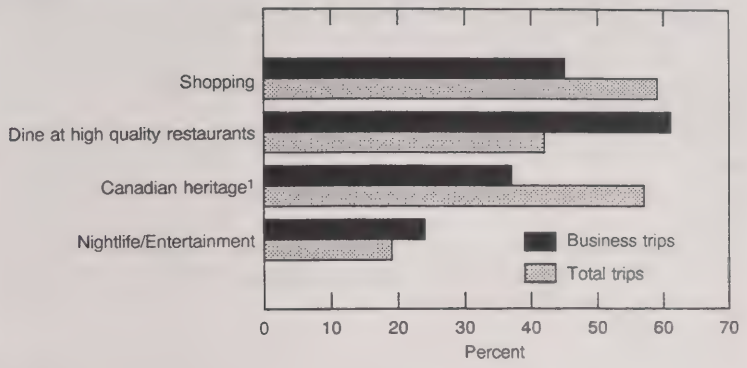
The most recent figures from the monthly International Travel Survey indicate a net recovery in 1994 in terms of all visits to Canada by American travellers. The annual rate of growth in 1994 exceeded the rates recorded since the last recession. In addition, the opening of the casino in Windsor had a significant impact on trips by American residents to Ontario since the summer.

It is too early to separate the effects of the recovery in the United States from the liberalization of trade in this situation. Trade agreements fall within the structural domain, that is, they apply in the long term, while the recovery is related to the economic situation in the United States. It should be noted, however, that since 1990 the number of nights associated with business trips by Americans to Canada dropped only in 1991, at the height of the recession.

The business travel marketing plan put forward by Industry Canada[4] emphasizes the fact that the specific characteristics of this market segment should be considered. The difficulty stems in part from the fact that the target group is spread throughout the United States. It is also an area where business relationship marketing predominates.

[4] *Industry Canada, Tourism Business Plan 1994-1995, August 1994.*

Graph F
Rate of Participation in Selected Activities during Overnight Trips by residents of the United States to Canada, 1993



1 Visits to National, Provincial, Regional Parks and Historic Sites.
Note: Travellers can participate in more than one activity on a trip.
Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Table 4
Profile of Overnight Business Trips from the United States, 1993

	Number	Share
		%
Total	1,815	100
by Sex:		
Male	1,146	63
Female	549	30
Not stated	120	7
by Age:		
Less than 25	67	4
25 - 34	296	16
35 - 44	517	28
45 - 54	486	27
55 - 64	250	14
65 +	79	4
Not stated	120	7
by Composition of Travelling Party[1]:		
Adults		
1 Adult	830	46
2 Adults	475	26
3 + Adults	315	17
Adults with Children	75	4
Others or Not stated	120	7

1 The respondent indicates the number of persons for whom he/she can report spending and activities.
Source: International Travel Survey.

▸ *Continued from page 6*

In order to increase the volume of business travel to Canada, the services provided for this target group will have to take into account the most recent developments in the area of communications. Technology now permits business travellers access to the same services they enjoy at the office when they travel. By offering superior service, the tourism industry, in particular the hotel industry, will be seeking to come out ahead of the competition.

Lise Beaulieu-Caron is currently on assignment as an analyst in the National Accounts and Environment Division.



Travel Between Canada and Other Countries in 1994

Record Number of Overseas Visitors

A record number of overseas visitors spent at least one night in Canada in 1994. Meanwhile, Canadians made the lowest number of overnight trips to the United States since 1988.

A record 3.5 million visitors from overseas countries spent at least one night in Canada in 1994. This represents an 11.1% increase from the 1993 level, the largest rise in six years.

Overnight travel to Canada by residents of the United States, our largest source of international visitors, also increased in 1994, up 4.1% to 12.5 million.

Since overseas residents tend to make longer trips to Canada than U.S. residents, the economic impact of this increase is significantly greater than that of a comparable rise in the number of US visitors. Because of their typically longer trips, overseas residents spent an average of C$914 per overnight trip in 1993, compared with C$343 for U.S. residents.

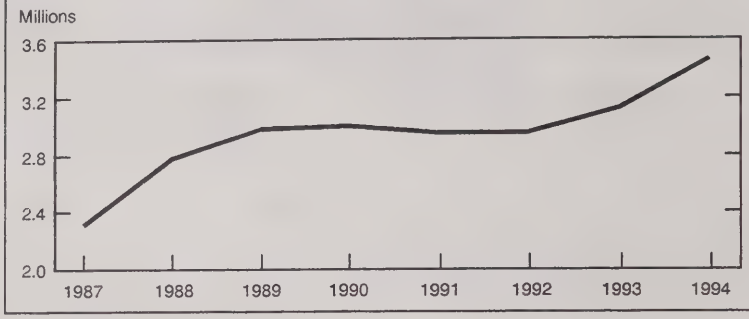
Overnight visits by residents of the top 10 countries of origin were all up in 1994. The improved exchange rate compared to 1993 for foreign currencies into Canadian dollars, including the U.S. dollar, the U.K. pound, the Japanese yen, the French franc and the German mark, contributed to these increases.

Note to users

Month-to-month comparisons use seasonally adjusted data (data adjusted for variations that repeat annually and for variability caused by the different volumes of travellers associated with different days of the week).

Year-over-year comparisons use unadjusted data (the actual traffic counts).

Record number of overseas visitors made overnight trips to Canada in 1994



Estimated trips to Canada of one or more nights

Top 10 countries	Annual 1994P	1993 to 1994
	'000	% change
Country of residence		
United States	12,514	4.1
United Kingdom	582	2.3
Japan	483	18.2
France	410	13.4
Germany	372	8.2
Hong Kong	130	11.0
Australia	119	22.1
Italy	97	1.6
Switzerland	90	7.9
Netherlands	90	6.0

P Preliminary figures.

Increased spending by visitors to Canada and decreased spending by Canadians outside the country have combined to improve Canada's international travel account deficit. During the third quarter of 1994, a travel account deficit of $1.4 billion, (seasonally adjusted) was recorded, the smallest since the fourth quarter of 1989.

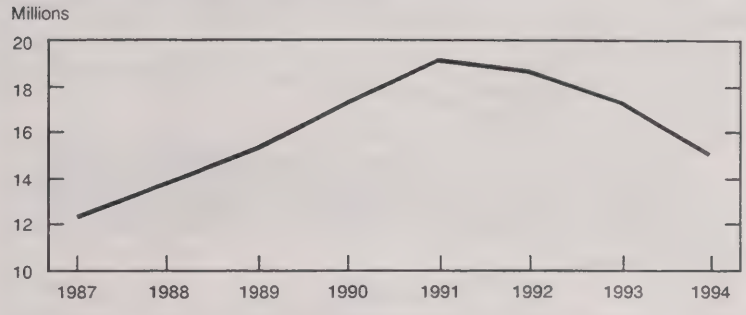
Overnight Trips to the United States Down

In 1994, overnight trips to the United States by Canadian residents fell to the lowest level since 1988. Canadians made 15.0 million trips of this type, down 13.4% from the previous year.

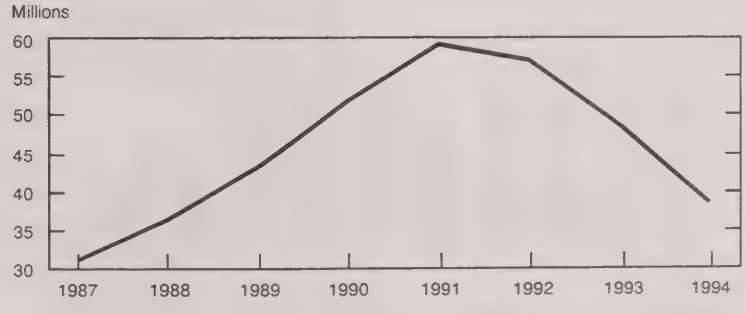
A major factor behind this decline was the weak Canadian dollar, which averaged US73 cents in 1994, compared with more than US87 cents when overnight travel to the United States peaked at 19.1 million trips in 1991.

By contrast, Canadians' overnight travel to all other countries increased 3.3% in 1994 to a record 3.4 million trips, continuing the long-term upward trend.

Canadians made fewer overnight trips to the United States



Same-day car trips by Canadian residents to the United States at lowest level since 1988



Same-day car trips by Canadian residents to the United States

	Annual 1994[p]	1993 to 1994
	'000	% change
Canada	**38,223**	**-20.9**
Province of re-entry		
New Brunswick	5,723	-24.3
Quebec	3,754	-24.3
Ontario	17,512	-20.8
Manitoba	730	-20.4
Saskatchewan	301	-32.4
Alberta	186	-18.0
British Columbia	9,993	-17.2
Yukon	25	6.0

p Preliminary figures.

▸ *Continued from page 8*

Same-Day Car Trips to the United States at Six Year Low

Same-day cross-border car trips by Canadian residents often used as an indicator of cross-border shopping fell 20.9% in 1994, to 38.2 million. This was the third consecutive annual decrease for this type of travel, which peaked at 59.1 million trips in 1991, and the lowest level since 1988, when 36.2 million trips were registered.

Apart from the weak Canadian dollar, factors contributing to this decrease include the narrowing gap between Canadian and U.S. gas prices (C12 cents per litre in 1994) and reduced taxes on tobacco products in Canada.

December 1994

U.S. residents made 1.0 million overnight trips to Canada in December, down 2.2% from November. Meanwhile, overnight trips to Canada by residents of overseas countries totalled 297,000, nearly unchanged from October's record. This type of travel has been increasing since mid-1992.

Canadians' overnight travel to the United States has been decreasing since late 1991. Considering all modes of transportation, Canadians made 1.2 million overnight trips to the United States in December, down 1.3% from November. By contrast, since June 1991, Canadians' overnight travel to all other countries has been increasing. This type of travel rose 1.2% from November to December, to an unprecedented 289,000 trips.

Improvement of the International Travel Account Deficit in 1994 (preliminary)

Attracted partly because of the weakened Canadian dollar, foreign visitors spent a record amount in Canada in 1994, driving the international travel account deficit to a five-year low of $6.0 billion.

This deficit represents a substantial 24.3% improvement from the 1993 level of $7.9 billion.

Continued from page 9

A major factor in the improved travel deficit has been the weak Canadian dollar. It has contributed to higher spending in Canada by visitors and to lower spending by Canadians outside the country. The Canadian dollar averaged US73 cents in 1994, a dime less than in 1992 when the travel deficit peaked.

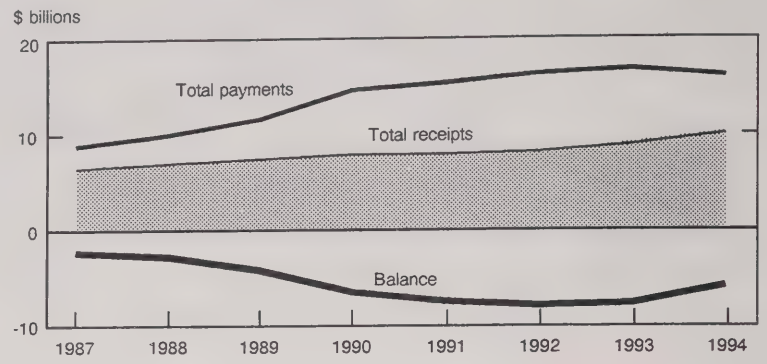
During 1992, when the international travel account deficit reached an unprecedented $8.2 billion, it represented 30.8% of Canada's current account deficit. In 1993, this share fell to 25.7%.

Fourth Quarter 1994 (data seasonally adjusted)
Canadians spent $1.5 billion more travelling outside the country in the fourth quarter of 1994 than foreign visitors brought in.

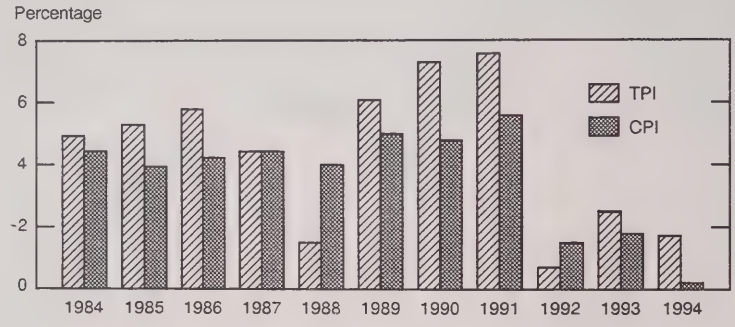
Canadians travelling internationally during the fourth quarter of 1994 spent a total of $4.0 billion, an increase of 10.1% from the previous quarter. Meanwhile, overall spending by foreign visitors to Canada remained relatively stable.

For further information, contact Ruth Martin (Telephone 613-951-1791 or Fax 613-951-2909), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.

Canadian international travel account deficit at five-year low



Annual Percentage Change in TPI and CPI



Source: Statistics Canada, Education, Culture and Tourism Division; Consumer Prices and Price Indexes, Catalogue No. 62-010.

Travel Price Index, Fourth Quarter and Annual, 1994

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used when travelling in Canada. Price movements are taken from detailed Consumer Prices Index (CPI) series.

After a 0.7% decline in the first quarter of 1994 over the last quarter of 1993, the Travel Price Index registered increases in the following two quarters. Meanwhile, in the last quarter of the year, the index dopped 1.4% over the summer quarter but increased 2.4% over the fourth quarter of 1993.

Fourth Quarter 1994
In the fourth quarter of 1994, an increase of 5.3% in the price of rental and leasing of automative vehicles was completely offset by a drop of 5.4% in the prices of traveller accomodation. Compared to the previous quarter, prices of many other components of the TPI were down, the second important one being the price of inter-city transportation, down 2.2%.

In comparison, overall prices for goods and services, as measured by the Consumer Price Index (CPI) were stable during the same period.

Annual 1994
On an annual basis, the TPI reached 136.3 in 1994, or 1.7% over 1993.

From 1993 to 1994, prices of all components of the TPI were up excluding tobacco products and smoker's supplies which were subject to major tax reductions in early 1994. The major increases in the prices were related to the inter-city transportation services, up 7.9% in 1994 compared to 1993 and to rental and leasing of automative vehicles, up 6.8%.

A technical report of the Travel Price Index is available from the Travel, Tourism and Recreation Section at 613-951-1673.

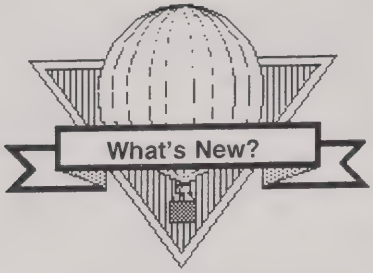
▸ *Continued from page 10*

The Travel Price Index (TPI) and its Components,
(not seasonally adjusted, 1986 = 100)

Components of the TPI[1]	Fourth Quarter 1994	% Change		Year 1994	% Change
		Previous Quarter	Previous Year		1993-1994
Inter-city transportation	149.3	-2.2	10.5	144.5	7.9
Local and commuter transportation	157.6	0.1	1.4	157.1	1.4
Rental and leasing of automotive vehicles	128.3	5.3	5.3	123.0	6.8
Operation of automotive vehicles	136.2	-0.9	2.9	135.0	2.3
Traveller accommodation	125.0	-5.4	4.3	123.4	3.1
Food	123.4	-0.1	0.4	123.3	0.4
Alcoholic beverages	142.5	0.5	0.4	142.3	0.3
Clothing	131.1	-0.5	0.6	131.8	0.8
Medicinal and pharmaceutical products	151.8	-0.3	0.1	152.6	0.9
Personal care	131.2	0.1	-0.6	131.9	0.6
Photographic goods and services	116.5	-0.2	0.7	116.4	1.2
Reading materials and other printed matter	154.9	1.0	3.8	152.7	3.2
Tobacco products and smokers' supplies	136.4	0.0	-40.4	145.1	-36.3
Travel Price Index (TPI), 1986 = 100	137.7	-1.4	2.4	136.3	1.7
Consumer Price Index (CPI), 1986 = 100	131.2	0.3	0.0	130.7	0.2

1 The following TPI components are not published by the Division: Admission to entertainment; Use of recreational vehicles; Records, compact discs and pre-recorded audio magnetic tapes; Use of recreational sports and health facilities.

Sources: Prices Division; The Consumer Price Index, Cat. No. 62-001.



Domestic Travel by Canadians

During the first nine months of 1994, Canadians took 121 million trips to Canadian destinations. Pleasure was the main reason stated for travelling (39.3%), followed by visits to friends and relatives (33.2%), business and convention (14.8%), and personal and other reasons (12.7%). Of all reported trips, 51% included a stay of more than 24 hours whereas 49% were same-day travel.

Figures on domestic travel by Canadians are now available for the first nine months of 1994. The microdata file containing detailed information on travellers and trips will be available in April. For further information, contact Sylvie Bonhomme (613) 951-1672, Travel, Tourism and Recreation Section, Education, Culture and Tourism Division.

Focus on culture, Winter 1994 and Spring 1995

A main article in the Winter 1994 issue of *Focus on Culture*, Statistics Canada's quarterly newsletter on culture looked at tourists who visit our cultural venues, especially museums. Tourists can be seen as both a stimulant to our tourism and cultural industries, and a potential cost. They can be a cost if their priorities differ from those of local visitors.

The Spring 1995 issue of *Focus on Culture* also carries an article which may be of interest to you. This article looks at attendance at cultural events by Canadians travelling both domestically and to foreign destinations. The likelihood of a traveller attending a play or concert is looked at in relation to trip length, purpose of trip and destination.

The Winter issue (Vol. 6 No. 4) and the Spring issue (Vol. 7 No. 1) are both available now (87-004, $7/$26). For further information, please contact Mary Cromie (613-951-6864), Education, Culture and Tourism Division.

The labour market: year-end review, 1994

By many accounts, 1994 was a good year for employment. For the first time since 1992 the economy was able to shed its "jobless recovery" image. A summary of changes and trends in the labour market in 1994, entitled "The labour market: Year-end review", is featured in the Spring 1995 issue of *Perspectives*.

The Spring 1995 issue of *Perspectives on Labour and Income* (75-001E, $14/$56) is now available. For further information, please contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

▸ *Continued from page 12*

Income distributions by size in Canada, 1993

Family income continued its decline for the fourth straight year in 1993. Consequently, the proportion of persons with incomes below Statistics Canada's low income cut-offs recorded the fourth consecutive increase.

Average family income in 1993 was an estimated $53,459, a 2.2% decline from 1992, after adjusting for inflation as measured by changes in the consumer price index. This brought the total decline since the 1989 peak in family income to an average of $3,822 or 6.7%, the longest and deepest decline in the last four decades. Average family income in 1993 was in fact slightly below the level recorded in 1980, after adjustment for inflation.

Low income rates increase

With incomes declining, low income rates increased in 1993. The proportion of persons with incomes below Statistics Canada's low income cut-offs was estimated at 17.9%, compared with 16.8% in 1992. This marks the fourth year that the rate has increased since the low of 14.0% in 1989. Prior to 1989, the rate had trended down from the 18.7% peak recorded in 1984.

The number of persons with incomes below the low income cut-offs was an estimated 4,894,000 in 1993. Since 1989, the number of persons with low incomes has risen 35.8%, or 1,291,000 more persons with low incomes.

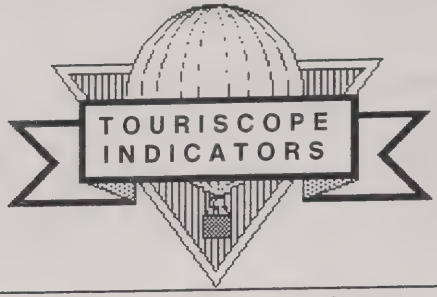
For further information about the data or the availability of custom tabulation, contact Réjean Lasnier (613-951-4633), Kevin Bishop (613-951-2211) or Mauri Meere (613-951-4637), Income and Housing Surveys Section, Household Surveys Division.

Population projections for Canada, the provinces and territories, 1993-2016

Canada's population will keep growing. But as we move into the 21st century it will become increasingly older, and the proportion of young people will shrink dramatically. These are some of the emerging demographic trends revealed from a new set of projections in *Population projections for Canada, provinces and territories, 1993-2016*, released in March.

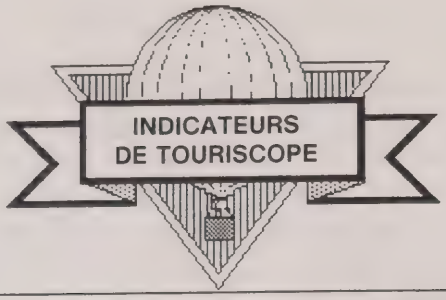
These projections provide information for planners, policy makers and those interested in demographic changes and related social issues. These new projections use 1993 preliminary population estimates adjusted for net census undercoverage. They take into account emerging demographic trends and the changing composition of population.

For further information on this release, contact M.V. George (613-951-9580) or Lucette Dell'Oso (613-951-2304), Population Projections Section, Demography Division.



		Fourth Quarter 1994	% Change Previous Quarter	% Change Previous Year		Year 1994	% Change 1993-1994
VISITORS TO CANADA							
From United States	T	7,266	-47.1	13.9	T	34,859	6.9
Overnight visits(p)	T	2,040	-64.3	0.6	T	12,514	4.1
By auto	T	1,357	-67.3	-0.1	T	8,642	4.6
From Overseas	T	647	-62.5	9.3	T	3,792	9.0
Overnight visits(p)	T	590	-62.3	14.6	T	3,458	12.3
Top Seven Countries							
United Kingdom	T	99	-62.8	6.5	T	582	2.3
Japan	T	92	-54.0	24.3	T	483	18.1
France	T	52	-74.5	4.0	T	410	13.3
Germany	T	51	-73.4	13.3	T	372	8.1
Hong Kong	T	25	-52.8	25.0	T	130	10.2
Australia	T	24	-47.8	20.0	T	119	21.4
Italy	T	16	-67.3	6.7	T	97	2.1
CANADIANS OUTSIDE CANADA							
To United States	T	12,286	-23.6	-13.2	T	54,313	-18.6
Overnight visits(p)	T	2,958	-41.0	-7.5	T	14,974	-13.4
By auto	T	1,867	-51.2	-11.3	T	10,057	-17.3
To Overseas	T	671	-23.1	3.7	T	3,374	3.2
INDUSTRY SECTOR							
Airline passengers (Level I)	T	4,527	-15.6	-10.8	T	19,155	-12.7
Airline passenger-km (Level I)	M	10,323	-23.9	6.8	M	45,182	0.8
Inter-city bus passengers	T	2,728	-8.5	13.8	T	10,751	9.4
Restaurant receipts	M	5,258	-6.9	8.6	M	20,543	5.7
PRICES							
1986 = 100 (not s.a.)							
Travel price index		137.7	-1.4	2.5		136.3	1.7
Consumer price index		131.2	0.0	0.3		130.7	0.2
Restaurant meals		140.2	0.5	1.7		139.3	1.3
Inter-city transportation		149.3	-2.2	10.5		144.5	7.9
Gasoline		117.8	-4.0	2.2		117.0	-1.2
ECONOMIC							
Gross domestic product, 1986 prices (s.a.)	M	542,267	1.2	5.0	M	532,463	4.2
Amusement and recreation	M	4,896	-0.6	8.8	M	4,825	10.5
Accommodation and food services	M	11,922	0.5	7.5	M	11,657	4.3
Personal disposable income per capita (s.a.)		17,061	0.3	2.1		17,020	1.3
LABOUR FORCE							
Labour force (s.a.)	T	14,895	0.2	1.2	T	14,832	1.1
Unemployed	T	1,447	-4.4	-11.8	T	1,540	-6.6
Employed	T	13,448	0.7	2.8	T	13,292	2.1
Accommodation and food services (not s.a.)	T	849	-4.3	4.3	T	838	2.3
EXCHANGE RATES							
In Canadian Dollars:							
American Dollar		1.3678	-0.3	3.2		1.3657	5.9
British Pound		2.1671	1.8	9.7		2.0928	8.0
Japanese Yen		0.0138	0.0	12.7		0.0134	15.0
German Mark		0.8863	0.8	12.6		0.8443	8.1
French Franc		0.2581	0.5	13.7		0.2468	8.2

(M) Millions. (T) Thousands. (s.a.) seasonally adjusted. (p) preliminary.



		Quatrième trimestre 1994	Variation en % Trimestre précédent	Variation en % Année précédente		Année 1994	Variation en % 1993-1994
VISITEURS AU CANADA							
Des États-Unis	T	7 266	-47,1	13,9	T	34 859	6,9
Visites d'une nuit et plus(p)	T	2 040	-64,3	0,6	T	12 514	4,1
Par auto	T	1 357	-67,3	-0,1	T	8 642	4,6
Des pays d'outre-mer	T	647	-62,5	9,3	T	3 792	9,0
Visites d'une nuit et plus(p)	T	590	-62,3	14,6	T	3 458	12,3
Les sept principaux pays							
Royaume-Uni	T	99	-62,8	6,5	T	582	2,3
Japon	T	92	-54,0	24,3	T	483	18,1
France	T	52	-74,5	4,0	T	410	13,3
Allemagne	T	51	-73,4	13,3	T	372	8,1
Hong-Kong	T	25	-52,8	25,0	T	130	10,2
Australie	T	24	-47,8	20,0	T	119	21,4
Italie	T	16	-67,3	6,7	T	97	2,1
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA							
Aux États-Unis	T	12 286	-23,6	-13,2	T	54 313	-18,6
Visites d'une uit et plus(p)	T	2 958	-41,0	-7,5	T	14 974	-13,4
Par auto	T	1 867	-51,2	-11,3	T	10 057	-17,3
Outremer	T	671	-23,1	3,7	T	3 374	3,2
INDUSTRIE							
Trafic voyageurs aériens (niveau I)	T	4 527	-15,6	-10,8	T	19 155	-12,7
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I)	M	10 323	-23,9	6,8	M	45 182	0,8
Trafic voyageurs par autocar (interurbain)	T	2 728	-8,5	13,8	T	10 751	9,4
Recettes des restaurants	M	5 258	-6,9	8,6	M	20 543	5,7
PRIX							
1986 = 100 (non dés.)							
Indice des prix des voyages		137,7	-1,4	2,5		136,3	1,7
Indice des prix à la consommation		131,2	0,0	0,3		130,7	0,2
Aliments achetés au restaurant		140,2	0,5	1,7		139,3	1,3
Transport interurbain		149,3	-2,2	10,5		144,5	7,9
Essence		117,8	-4,0	2,2		117,0	-1,2
ÉCONOMIQUE							
Produit intérieur brut, aux prix de 1986 (dés.)	M	542 267	1,2	5,0	M	532 463	4,2
Divertissements et loisirs	M	4 896	-0,6	8,8	M	4 825	10,5
Hébergement et restauration	M	11 922	0,5	7,5	M	11 657	4,3
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)		17 061	0,3	2,1		17 020	1,3
TRAVAIL							
Population active (dés.)	T	14 895	0,2	1,2	T	14 832	1,1
Chômeurs	T	1 447	-4,4	-11,8	T	1 540	-6,6
Personnes occupées	T	13 448	0,7	2,8	T	13 292	2,1
Hébergement et restauration (non dés.)	T	849	-4,3	4,3	T	838	2,3
TAUX DE CHANGE							
En dollars canadiens:							
Dollar des États-Unis		1,3678	-0,3	3,2		1,3657	5,9
Livre sterling		2,1671	1,8	9,7		2,0928	8,0
Yen du Japon		0,0138	0,0	12,7		0,0134	15,0
Mark de l'Allemagne		0,8863	0,8	12,6		0,8443	8,1
Franc de France		0,2581	0,5	13,7		0,2468	8,2

(M) Millions. (T) Milliers. (dés.) désaisonnalisées. (p) préliminaires.

▸ *suite de la page 12*

Répartition du revenu au Canada selon la taille du revenu, 1993

Pour la quatrième année de suite, le revenu des familles en 1993 a continué à baisser. Conséquemment, la proportion de personnes ayant un revenu inférieur aux seuils de faible revenu a enregistré une quatrième augmentation consécutive.

Après ajustment pour l'inflation tel que mesuré par l'Indice des prix à la consommation, le revenu familial en 1993 se chiffrait à 53 459$, une diminution de 2,2% par rapport à 1992. Depuis le sommet de 1989, le déclin total du revenu familial moyen a été de 3 822$ ou 6,7%, le déclin le plus long et le plus abrupt des quatres dernières décennies. Le revenu familial moyen, après ajustement pour tenir compte de l'inflation, était en fait légèrement plus bas en 1993 qu'en 1980.

Les taux de faible revenu augmentent

Les revenus diminuant, les taux de faible revenu ont augmenté en 1993. La proportion de personnes sous les seuils de faible revenu de Statistique Canada est estimée à 17,9% en 1993, par rapport à 16,8% en 1992. C'est la quatrième année consécutive que le taux augmente. En 1989, ce taux était à son plus bas à 14,0%. De son sommet de 18,7% enregistré en 1984, le taux s'est déplacé à la baisse jusqu'en 1989.

En 1983, le nombre de personnes sous le seuil de faible revenu a été estimé à 4 894 000. L'augmentation totale depuis 1989, dernière année où ces chiffres ont diminué, a été de 1 291 000, ce qui représente une hausse de 35,8% du nombre de personnes ayant des faibles revenus.

Pour plus de renreignements concernant les données ou la disponibilité de totalisations spéciales sur demande, communiquez avec Réjéan Lasnier au (613) 951-4633 ou Kevin Bishop au (613) 951-2211, Section des enquêtes sur le reveuu et le logement, Division des enquêtes – ménages.

Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires, 1993-2016

La population du Canada continuera de s'accroître. Toutefois, en abordant le XXIe siècle, elle vieillira de plus en plus, et la proportion des jeunes subira une chute prononcée. Telles sont les tendances démographiques qui ressortent d'un nouvel ensemble de projections comprises dans *Projections démographiques pour le Canada, les provinces et les territoires, 1993-2016*, paru en mars.

Ces projections offrent une information aux agents de planification, aux décideurs et à ceux qui s'intéressent aux changements démographiques et aux problèmes sociaux connexes. Ces nouvelles projections s'appuient sur les estimations démographiques provisoires de 1993, ajustées pour le sous-dénombrement net au recensement. Elles tiennent compte des nouvelles tendances démographiques et des changements récents dans les composantes de la population.

Pour plus de renseignements, communiquez avec M. V. George au (613) 951-9580 ou avec Lucette Dell'Oso au (613) 951-2304, Section des projections démographiques, Division de la démographie.



Les voyages intérieurs des Canadiens

Au cours des neuf premiers mois de 1994, les Canadiens ont effectué 121 millions de voyages à destination canadienne. L'agrément fut le principal motif de voyage évoqué (39,3%), suivi par les visites à des parents ou amis (33,2%), les affaires et congrès (14,8%) et finalement, les motifs personnels et autres (12,7%). De l'ensemble des voyages rapportés, 51% ont eu une durée de plus de 24 heures et 49% furent effectués au cours de la même journée.

Les données sur les voyages domestiques des Canadiens sont maintenant disponibles pour la période couvrant les neuf premiers mois de 1994. Le fichier de micro-données contenant l'information détaillée sur les voyageurs et les voyages sera disponible en avril. Pour plus de renseignements, veuillez contacter Sylvie Bonhomme au (613) 951-1672, Section des voyages, du tourisme et des loisirs, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Culture en perspective, Hiver 1994 et Printemps 1995

Un article de fond paru dans le numéro de l'hiver 1994 de *Culture en perspective*, le bulletin trimestriel de Statistique Canada sur la culture, traitait des touristes qui visitent nos institutions culturelles, notamment les musées. Les touristes y sont décrits comme un stimulant pour notre tourisme et nos industries culturelles, mais aussi comme générateurs de coûts, si leurs priorités diffèrent de celles des visiteurs locaux.

Le numéro publié au printemps 1995 contient aussi un article qui pourrait vous intéresser. Il porte sur l'assistance aux événements culturels des Canadiens qui voyagent au Canada et à l'étranger. La possibilité qu'un voyageur assiste à une pièce de théâtre ou à un concert est examinée par rapport à la durée et l'objet du voyage et à la destination.

On peut maintenant se procurer les numéros parus l'hiver dernier (Vol. 6, Nº 4) et au printemps (Vol. 7, Nº 1). Nº 87-004 au catalogue, 7$/26$. Pour en savoir plus, communiquez avec Mary Cromie (613-951-6864), Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Le marché du travail : bilan de fin d'année, 1994

À plusieurs égards, 1994 aura été une bonne année pour l'emploi. Pour la première fois depuis 1992, on ne pouvait qualifier la conjoncture économique de «reprise sans création d'emplois». Un résumé des tendances et des changements observés sur le marché du travail en 1994, intitulé «Le marché du travail : bilan de fin d'année» est présenté dans le numéro du printemps 1995 de *Perspective*.

On peut se procurer dès aujourd'hui le numéro du printemps 1995 de *L'emploi et le revenu en perspective* (75-001F, 14$/56$). Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près.

L'indice des prix des voyages et ses composantes
(non désaisonnalisés, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV[1]	Quatrième trimestre 1994	Variation en % Trimestre précédent	Variation en % Année antérieure	Année 1993	Variation en % 1993-1994
Transport interurbain	149.3	-2.2	10.5	144.5	7.9
Transport local et de banlieue	157.6	0.1	1.4	157.1	1.4
Location de véhicules automobiles	128.3	5.3	5.3	123.0	6.8
Utilisation de véhicules automobiles	136.2	-0.9	2.9	135.0	2.3
Hébergement de voyageurs	125.0	-5.4	4.3	123.4	3.1
Aliments	123.4	-0.1	0.4	123.3	0.4
Boissons alcoolisées	142.5	0.5	0.4	142.3	0.3
Habillement	131.1	-0.5	0.6	131.8	0.8
Médicaments et produits pharmaceutiques	151.8	-0.3	0.1	152.6	0.9
Soins personnels	131.2	0.1	-0.6	131.9	0.6
Matériel et services photographiques	116.5	-0.2	0.7	116.4	1.2
Matériel de lecture et autres imprimés	154.9	1.0	3.8	152.7	3.2
Produits du tabac et articles pour fumeurs	136.4	0.0	-40.4	145.1	-36.3
Indice des prix des voyages	137.7	-1.4	2.4	136.3	1.7
Indices des prix à la consommation	131.2	0.3	0.0	130.7	0.2

[1] *Les composantes de l'IPV qui suivent ne sont pas publiées par la Division des prix: Droits d'entrée aux spectacles; Utilisation de véhicules de loisirs; Disques, disques audionumériques et bandes magnétiques audio pré-enregistrées; Droits pour usage unique d'installations de loisirs, de sport et de santé.*

Sources: Division des prix; L'Indice des prix à la consommation, n° 62-001 au catalogue.

▸ *suite de la page 10*

Quatrième trimestre de 1994

Au quatrième trimestre de 1994, une hausse de 5,3% des prix de la location de véhicules automobiles a été complétement absorbée par une diminution de 5,4% des prix pour l'hébergement des voyageurs. Comparativement au trimestre précédent, les prix de plusieurs autres composantes de l'IPV étaient en baisse, la seconde en importance étant le prix du transport interurbain qui a reculé de 2,2%.

Par ailleurs, durant la même période, la hausse du coût de tous les biens et services, mesurée par l'Indice des prix à la consommation (IPC), est demeuré stable.

Année 1994

Sur une base annuelle, l'IPV s'établit à 136,3 pour 1994, ce qui représente une majoration de 1,7% par rapport à 1993.

De 1993 à 1994, les prix de toutes les composantes de l'IPV ont augmenté à l'exception des prix des produits de tabac et articles pour fumeurs qui a reculé de 36,3% suite à l'abolition d'importantes taxes remontant au début de 1994. Les plus fortes majorations de prix couvraient les services de transport interurbains qui ont coûté 7,9% de plus en 1994 comparativement à 1993 et, la location d'auto, en hausse de 6,8%.

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613) 951-1673.

▸ *suite de la page 9*

Amélioration du déficit au compte des voyages internationaux en 1994

Les visiteurs étrangers au Canada, attirés par un dollar canadien plus faible, ont dépensé en 1994 un montant record, réduisant le déficit du compte des voyages internationaux à son plus bas niveau en cinq ans, soit 6,0 milliards de dollars.

Ce déficit représente une nette amélioration de 24,3% par rapport au déficit de 7,9 milliards$ enregistré en 1993.

Si le déficit du compte des voyages s'est amélioré, c'est en grande partie à cause de la dépréciation du dollar canadien qui a incité les visiteurs au Canada à accroître leurs dépenses, et les Canadiens à l'étranger à réduire les leurs. En 1994, le dollar canadien valait 73 cents US, soit dix cents de moins qu'en 1992, année de la culmination du déficit du compte des voyages.

En 1992, le déficit du compte des voyages internationaux atteignait le niveau sans précédent de 8,2 milliards$ et représentait 30,8% du déficit du compte courant du Canada. En 1993, cette proportion était tombée à 25,7%.

Quatrième trimestre de 1994

(données désaisonnalisées)

Au quatrième trimestre de 1994, les voyageurs canadiens ont dépensé 1,5 milliard de dollars de plus à l'étranger que les visiteurs étrangers au Canada.

Les Canadiens qui ont fait des voyages internationaux au quatrième trimestre de 1994 ont dépensé 4,0 milliards de dollars au total, soit 10,1 % de plus qu'au trimestre précédent. Pendant ce temps, les dépenses totales des visiteurs étrangers au Canada restaient inchangées.

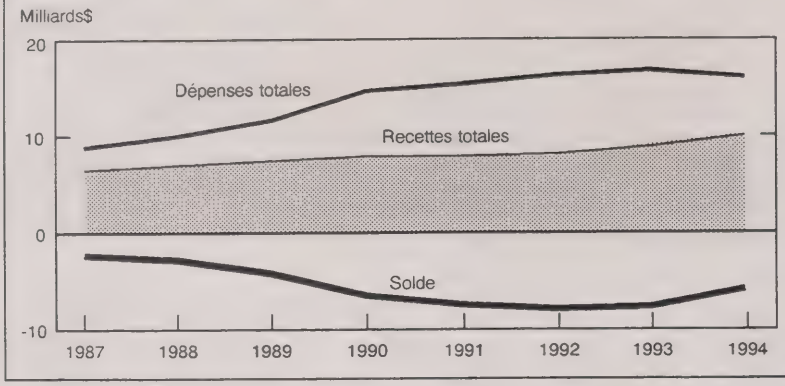
Pour plus de renseignements, s'adresser à Ruth Martin au (613)951-1791 ou par télécopieur au (613)951-2909, Section des voyages internationaux, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Indice des prix des voyages, quatrième trimestre et annuel, 1994

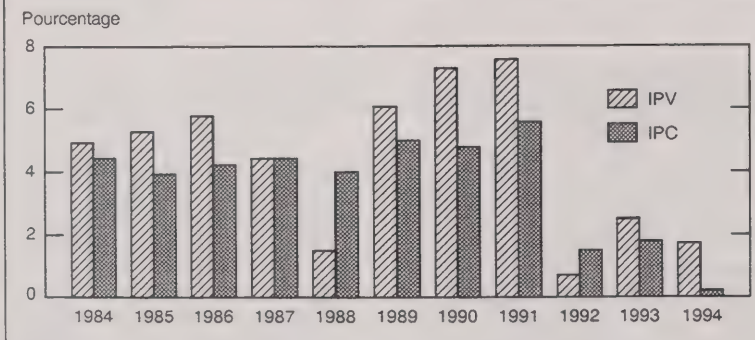
L'indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et sevices utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés des séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

L'indice trimestriel des prix des voyages avait commencé l'année 1994 avec une baisse de 0,7% par rapport au dernier trimestre de 1993, pour ensuite connaître deux trimestres d'augmentations consécutives. Cependant, il termine l'année avec une baisse de 1,4% par rapport au trimestre estival mais en hausse de 2,4% comparativement au même trimestre de l'année précédente.

Plus bas niveau en cinq ans de déficit du compte des voyages internationaux au Canada



Variation annuelle de l'IPV et de l'IPC



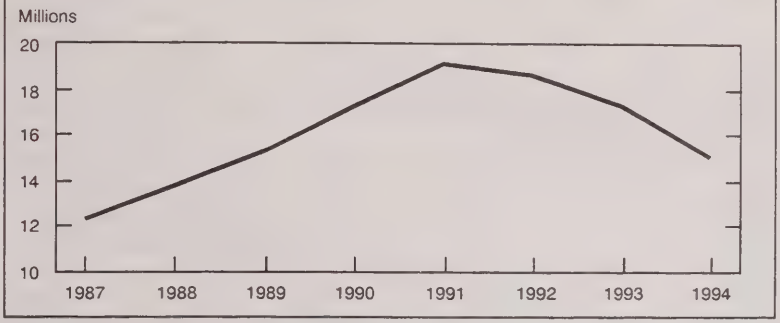
Source: Statistique Canada, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme; Prix à la consommation et indices des prix, nº 62-010 au catalogue.

▸ *suite de la page 8*

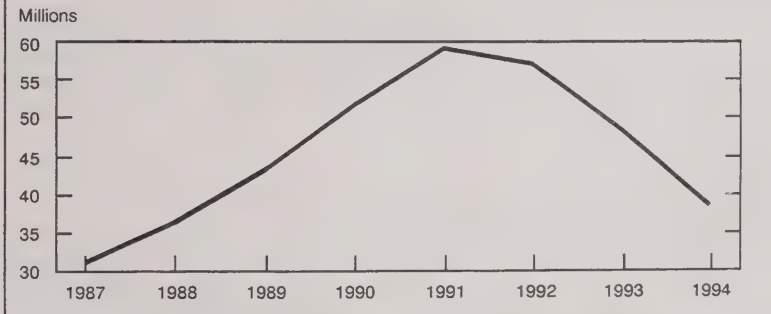
Un facteur clé expliquant cette baisse a été la faiblesse du dollar canadien, qui s'est maintenu à environ 0,73$US en 1994 comparativement à plus de 0,87$US lorsque ce genre de voyage avait atteint un sommet à 19,1 millions de voyages, en 1991.

À l'opposé, les voyages de plus d'une nuit des Canadiens vers tous les autres pays ont augmenté en 1994. Ce genre de voyages a augmenté de 3,3% à un nombre record de 3,4 millions de voyages, poursuivant une tendance à long terme, à la hausse.

Les Canadiens ont effectué moins de voyages d'une nuit et plus aux États-Unis



Les voyages de même jour par automobile des résidents canadiens aux États-Unis à leur plus bas niveau depuis 1988



Voyages en automobile et de même jour des résidents canadiens vers les États-Unis

	Annuel 1994p	1993 à 1994
	'000	variation en %
Canada	**38 223**	**-20,9**
Province de retour		
Nouveau-Brunswick	5 723	-24,3
Québec	3 754	-24,3
Ontario	17 512	-20,8
Manitoba	730	-20,4
Saskatchewan	301	-32,4
Alberta	186	-18,0
Colombie-Britannique	9 993	-17,2
Yukon	25	6,0

Plus bas niveau en six ans des voyages aux États-Unis, en automobile et de même jour

Le nombre de voyages, en automobile et de même jour, des Canadiens aux États-Unis, souvent utilisé comme un indicateur clé du magasinage transfrontalier, a diminué de 20,9% en 1994, à 38,2 millions. Ceci représente la troisième baisse annuelle consécutive pour ce genre de voyage, qui a atteint un sommet de 59,1 millions de voyages en 1991, et le plus bas niveau depuis 1988, quand 36,2 millions de voyages étaient enregistrés.

Outre la faiblesse du dollar canadien, d'autres facteurs contribuant à cette baisse incluent l'amoindrissement de la différence entre le prix de l'essence au Canada et aux États-Unis (0,12$CAN le litre en 1994) ainsi que la réduction des taxes sur les produits de tabac au Canada.

Décembre 1994

Les résidents des États-Unis ont effectué 1,0 million de voyages d'une nuit et plus au Canada en décembre, en baisse de 2,2% par rapport à novembre. Durant cette période, les voyages d'une nuit et plus des résidents d'outre-mer ont totalisé 297 000, un niveau presque inchangé par rapport au niveau record d'octobre. Ce genre de voyage augmente depuis le milieu de 1992.

Les voyages d'une nuit et plus des Canadiens aux États-Unis est en baisse depuis la fin de 1991. Tous modes de transport confondus, les Canadiens ont effectué 1,2 million de voyages d'une nuit et plus aux États-Unis en décembre, soit une baisse de 1,3% par rapport à novembre. D'un autre côté, les voyages d'une nuit et plus effectués par les Canadiens vers tous les pays augmentent depuis juin 1991. Ce genre de voyage a augmenté de 1,2% de novembre à décembre pour atteindre un niveau sans précédent de 289 000.

TENDANCES

Voyages entre le Canada et les autres pays en 1994

Nombre record de visiteurs d'outre-mer

Un nombre record de visiteurs d'outre-mer ont passé au moins une nuit au Canada en 1994. Durant cette période, les Canadiens ont effectué aux États-Unis le nombre de voyages d'une nuit et plus le plus bas depuis 1988.

Un nombre record de 3,5 millions de visiteurs d'outre-mer a passé au moins une nuit au Canada en 1994. Ceci représente une augmentation de 11,1% par rapport au niveau de 1993, soit la hausse la plus importante depuis six ans.

Les voyages d'une nuit et plus au Canada des résidents des États-Unis, notre plus importante source de visiteurs internationaux, ont aussi augmenté (+4,1%) en 1994, à 12,5 millions.

Comme les résidents d'outre-mer ont tendance à faire de plus longs voyages au Canada que ceux des États-Unis, l'impact économique de cette augmentation est plus importante qu'une hausse comparable du nombre de visiteurs des États-Unis. Puisqu'ils séjournent plus longtemps, les résidents d'outre-mer ont dépensé en moyenne 914$CAN par voyage d'une nuit et plus en 1993, comparativement à 343$CAN pour les visiteurs des États-Unis.

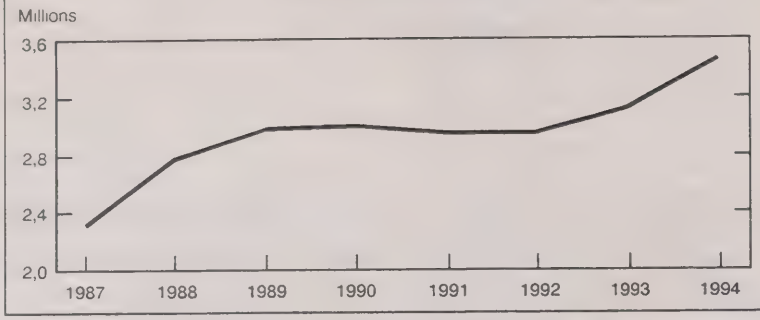
Les visites d'une nuit et plus par les résidents des dix plus importants pays d'origine étaient toutes en hausse en 1994.

Note aux utilisateurs

Les comparaisons d'un mois à l'autre utilisent des données qui ont été désaisonnalisées (données ajustées pour tenir compte des variations qui se répètent annuellement ainsi que du changement causé par les divers volumes de voyageurs associés à différents jours de la semaine).

Les comparaisons d'une année à l'autre utilisent des données non désaisonnalisées (les chiffres réels du trafic).

Les résidents des pays d'outre-mer ont enregistré un nombre record de voyages d'une nuit ou plus au Canada en 1994



Estimation des voyages d'une nuit et plus en destination du Canada

Dix principaux pays	Annuel 1994[P]	1993 à 1994
	'000	variation en %
Pays de résidence		
États-Unis	12 514	4,1
Royaume-Uni	582	2,3
Japon	483	18,2
France	410	13,4
Allemagne	372	8,2
Hong Kong	130	11,0
Australie	119	22,1
Italie	97	1,6
Suisse	90	7,9
Pays-Bas	90	6,0

[P] *Données provisoires.*

L'amélioration du taux de change comparativement à 1993 pour les monnaies étrangères en dollars canadiens, incluant le dollar américain, la livre du Royaume-Uni, le yen japonais, le franc français et le mark allemand, a contribué à ces hausses.

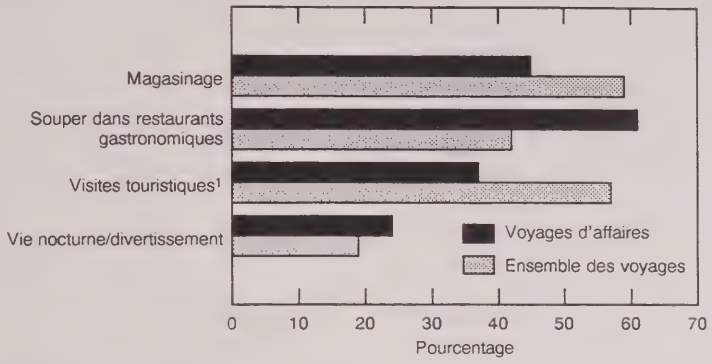
La hausse des dépenses des visiteurs au Canada combinée à la baisse des dépenses des Canadiens à l'extérieur ont résulté en une amélioration du déficit du compte des voyages du Canada. Au troisième trimestre de 1994, on enregistrait le plus petit déficit au compte des voyages (1,4 milliard$, données désaisonnalisées) depuis le quatrième trimestre de 1989.

Voyages d'une nuit et plus aux États-Unis en baisse

En 1994, les voyages d'une nuit et plus effectués par des résidents canadiens aux États-Unis avaient chuté au plus bas niveau depuis 1988. Les Canadiens ont effectué 15,0 millions de voyages de ce genre, en baisse de 13,4% par rapport à l'année précédente.

Graphique F

Taux de participation à certaines activités lors de voyages d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis au Canada en 1993



1 Visites de parcs nationaux, provinciaux, régionaux et lieux historiques.
Nota: Les voyageurs peuvent participer à plus d'une activité lors d'un voyage.
Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 4

Profil des voyages d'affaires d'une nuit ou plus en provenance des États-Unis, 1993

	Nombre	Répartition
		%
Total	1 815	100
selon le sexe:		
Homme	1 146	63
Femme	549	30
Non déclaré	120	7
selon l'age:		
Moins de 25 ans	67	4
25 à 34	296	16
35 à 44	517	28
45 à 54	486	27
55 à 64	250	14
65 +	79	4
Non déclaré	120	7
selon la composition du groupe[1]:		
adultes seulement		
1 adulte	830	46
2 adultes	475	26
3 adultes et plus	315	17
adultes avec enfants	75	4
autres ou non déclaré	120	7

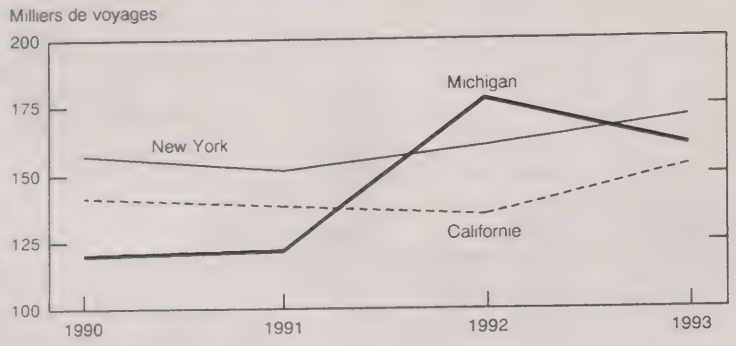
1 Le répondant indique le nombre de personnes pour lesquelles il peut rapporter les dépenses et les activités.
Source: Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 6*

récents développements dans le domaine des communications. La technologie permet maintenant aux gens d'affaires l'accès aux mêmes services qu'à leur bureau lorsqu'ils voyagent. C'est donc en offrant un service hors pair que l'industrie touristique et plus particulièrement l'hôtellerie, pourra tirer son épingle du jeu de la concurrence.

Lise Beaulieu-Caron est actuellement en affectation à titre d'analyste à la Division des comptes nationaux et de l'environnement.

Graphique E
Les Ligues majeures dans les affaires



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 3
Voyages d'affaires d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis au Canada en 1993 selon le trimestre

	Voyages-personnes	Nuitées	Dépenses	Durée moyenne	Dépense moyenne par Voyage	Dépense moyenne par nuitée
	'000	'000	000 000 $	Nuits	$	$
Première	352	965	164	2,7	466	170
Deuxième	557	1 704	290	3,1	521	170
Troisième	515	1 829	320	3,6	621	175
Quatrième	392	1 061	209	2,7	533	197

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 4*

dépense moyenne par nuitée lors d'un voyage d'affaires au Canada par automobile est de 115 $ alors que pour les autres modes d'entrée au Canada, elle se situait à 200 $ en 1993.

Il n'y a pas que le travail

L'Enquête tente de cerner l'intérêt soulevé par un séjour au Canada en soumettant une liste d'activités. L'activité la plus souvent rapportée par ces voyageurs venus au Canada par affaires est reliée à la bonne bouffe. Trois voyageurs sur cinq avouent apprécier les repas pris dans les bons restaurants. Le magasinage arrive en deuxième position, près de la moitié des voyageurs s'y adonnant dans leurs temps libres. Ils profitent aussi de leur séjour pour participer à des visites touristiques dans une proportion de 37 % (graphique F).

Bien que près de la moitié de ces personnes voyagent seule, un voyageur sur quatre est accompagné d'un autre adulte (tableau 4). C'est parmi le groupe d'âge des 45 à 54 ans que la hausse du nombre de voyages a été la plus prononcée entre 1990 et 1993. De plus, près de 550 000 voyages ont été effectués par des femmes en 1993, ce qui constitue une augmentation de 10 % par rapport à 1990.

La reprise américaine et les voyages d'affaires au Canada

L'économie américaine a connu une forte croissance en 1994. Le Canada est en bonne position pour pouvoir bénéficier de cette reprise qui pourrait se traduire en une nouvelle tendance à la hausse du marché des voyages en provenance des États-Unis.

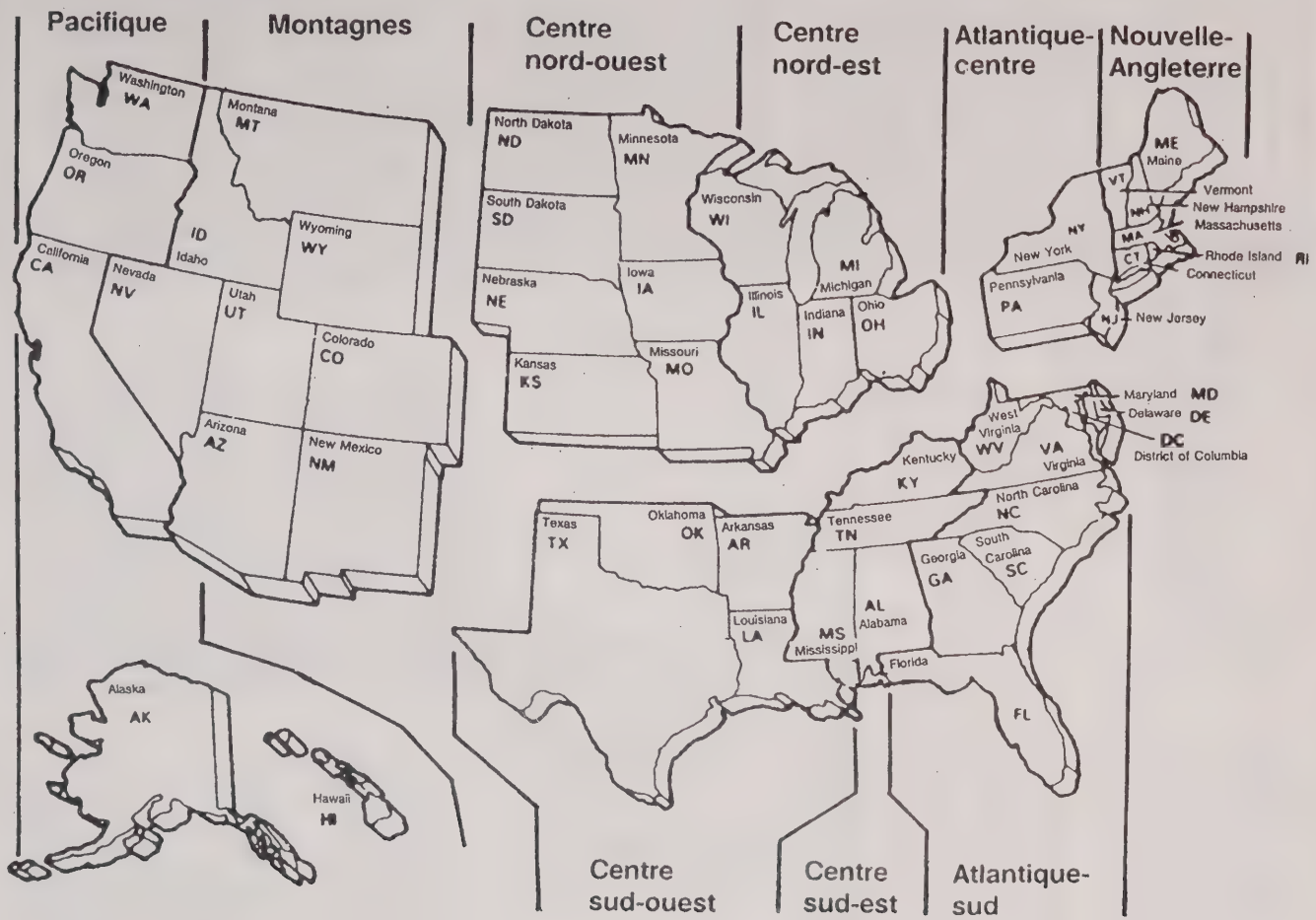
Les chiffres les plus récents tirés de l'Enquête mensuelle sur les voyages internationaux indiquent une nette reprise en 1994 de l'ensemble des entrées au Canada de voyageurs américains. Le taux de croissance annuel en 1994 dépasse ceux enregistrés depuis la dernière récession. De plus, l'ouverture du casino de Windsor a eu un effet non négligeable sur les entrées de voyageurs américains en Ontario depuis l'été.

Il est trop tôt pour départager les effets de la reprise aux États-Unis et de la libéralisation des échanges commerciaux dans ce contexte. Les accords commerciaux sont du domaine structurel, c'est-à-dire à long terme, alors que la reprise est liée à la conjoncture de l'économie américaine. On doit cependant noter que depuis 1990, le nombre de nuitées associées aux voyages d'affaires des Américains au Canada n'a diminué qu'en 1991, au plus fort de la récession.

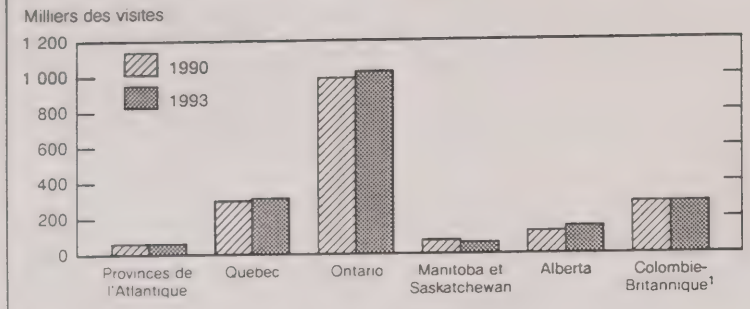
Le plan de marketing des voyages d'affaires mis de l'avant par Industrie Canada[4] insiste sur le fait qu'il faudra tenir compte des caractéristiques particulières de ce segment de marché. La difficulté vient en partie du fait que l'on doit cibler une clientèle dispersée à la grandeur des États-Unis. C'est aussi un domaine où le marketing des relations d'affaires prédomine. Afin d'augmenter le volume des voyages d'affaires au Canada, les services offerts à cette clientèle devront tenir compte des plus

[4] *Industrie Canada, Plan de travail du secteur du tourisme 1994-1995, août 1994.*

Régions et États des États-Unis



Graphique C
Visites d'une nuit ou plus des voyageurs par affaires américains selon la province



[1] *Comprend le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.*
Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 2
Voyages d'affaires d'une nuit et plus des résidents des États-Unis au Canada en 1993 selon le but du voyage

	Voyages personnes	Nuitées	Dépenses	Durée moyenne	Dépense moyenne par Voyage	Dépense moyenne par nuitée
	'000	'000	000 000 $	Nuits	$	$
Total	**1 815**	**5 558**	**983**	**3,1**	**542**	**177**
Réunions	1 001	2 313	471	2,3	471	204
Congrès, conférences, foire commerciale ou colloque	573	2 366	376	4,1	656	159
Autre travail	241	879	136	3,6	564	155

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 3*

Californie (graphique E). L'Ontario profite de la proximité des deux principaux marchés d'affaires. Cependant, le Michigan surclasse de peu l'État de New York en ce qui a trait à l'Ontario. Ces deux marchés représentent une visite d'affaires sur quatre dans cette province. La Californie demeure un joueur important, se classant en sixième position derrière l'Ohio, l'Illinois et la Pennsylvanie, tous voisins de l'Ontario.

La province du Québec attire surtout les gens d'affaires new yorkais. C'est le seul État fournissant plus de 10 % des visites d'affaires américaines dans cette province. En deuxième position au Québec, on retrouve l'Illinois, suivi de près par la Pennsylvanie. Fait intéressant, plus de Californiens que de résidents du Michigan ont fait un voyage d'affaires au Québec en 1993.

Comme pour l'ensemble des voyages des résidents américains en Colombie-Britannique[3], l'État de Washington représente la principale source de voyages d'affaires, soit 26 %. La Californie arrive au deuxième rang avec 17 %.

[3] *Comprend le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest*

Au plus fort de la récession, en 1991, seulement quatre États ont envoyé plus de 100 000 gens d'affaires au Canada, soit New York, la Californie, le Michigan et l'Illinois. En 1993, on en compte trois de plus : la Pennsylvanie, l'Ohio et l'État de Washington. De plus, on note l'émergence du Texas parmi les principaux marchés pour les voyages d'affaires. En 1993, quelque 83 000 voyages d'affaires provenaient de ce coin des États-Unis. La moitié de ceux-ci sont à destination de l'Ontario, mais l'Alberta prend la seconde place, devant le Québec.

Un atout pour l'industrie touristique

En 1993, les réunions, congrès, conférences, colloques, expositions commerciales ou un autre travail ont attiré au Canada 1,8 million de gens d'affaires en provenance des États-Unis. Leur durée de séjour a été de trois nuits en moyenne, alors que pour l'ensemble des voyageurs américains au Canada, elle se situait à quatre nuits. Ces voyages ont rapporté 983 millions de dollars dont presque la moitié pour l'hébergement seulement.

Les voyageurs par affaires viennent au Canada en toutes saisons, contrairement aux vacanciers qui affectionnent surtout l'été. C'est cependant en été que la durée moyenne de séjour est la plus longue, comme s'ils voulaient en profiter pour joindre l'utile à l'agréable (tableau 3).

Seulement 29 % des voyageurs d'affaires américains entrent au Canada par automobile. La plupart utilise l'avion pour épargner du temps. Mais qu'ils arrivent en automobile ou en avion, la durée de leur séjour est pratiquement la même. Dans les deux cas, les réunions d'affaires accaparent moins de temps que les congrès, conférences ou colloques.

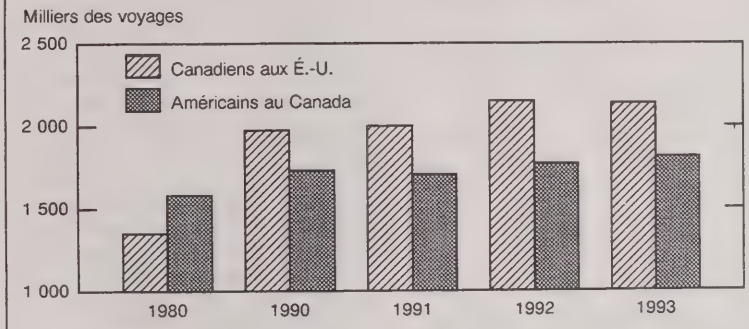
C'est au niveau des dépenses que l'on note une différence marquée entre les voyageurs par affaires entrant au Canada en automobile et ceux y venant par un autre moyen de transport. La

Tableau 1
Voyages d'affaires des résidents des États-Unis au Canada en 1993 selon le mode de transport

	Voyages personnes	Dépenses	Dépense moyenne par voyage
	'000	000 000 $	$
Voyages du même jour	1 468	41	28
Automobile	1 290	30	23
Autres	178	11	62
Voyages d'une nuit ou plus	1 815	983	542
Automobile	530	188	355
Autres	1 285	795	619

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Graphique B
Voyages d'affaires d'une nuit ou plus entre le Canada et les États-Unis



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

▸ *suite de la page 2*

leur faciliter l'accès au Canada. Cela pourrait permettre de nouvelles possibilités commerciales pour l'industrie touristique canadienne dans ce créneau spécialisé.

L'Ontario, principal pôle d'attraction

Non seulement l'Ontario est-il la principale destination des gens d'affaires américains, mais Toronto est aussi la ville la plus souvent visitée au Canada. Les Américains ont effectué quelque 664 000 visites d'affaires dans la métropole canadienne en 1993. C'est trois fois plus que Montréal n'en attire. L'attrait de l'Ontario auprès des voyageurs d'affaires américains n'a fait que se confirmer depuis 1990, pour dépasser le million de visites en 1993 pour l'ensemble de cette province (graphique C).

Destination touristique la plus populaire auprès des Américains au Canada, les voyages d'affaires représentent 16% de toutes les visites américaines en Ontario. C'est au Québec et en Alberta cependant, que la proportion des voyages d'affaires est la plus importante, soit 18 % en 1993. De plus, l'Alberta a connu une augmentation de 28 % de ces voyages entre 1990 et 1993, comparativement à 4 % pour l'ensemble du pays.

Des trois raisons que l'enquête relève pour entreprendre un voyage d'affaires au Canada, les réunions d'affaires sont mentionnées dans 55 % des cas (tableau 2). Le tiers des voyages d'affaires ont pour objet les congrès, conférences, colloques et expositions commerciales. Les autres motifs de voyages d'affaires représentent 13 % du marché.

Même si les réunions d'affaires durent moins longtemps en moyenne que les congrès, conférences ou colloques, ils rapportent plus au Canada sur une base journalière. Lorsque les Américains viennent au Canada pour assister à des réunions d'affaires, dans 56 % des cas, c'est en Ontario. Dans le cas des congrès, colloques et foires commerciales, la moitié revient à l'Ontario.

D'où viennent-ils ?

En 1980, les régions d'où provenait la majeure partie du tourisme d'affaires se situaient autour de l'Ontario (graphique D). La région principale était celle de l'Atlantique-Centre, comprenant New York, le New Jersey et la Pennsylvanie, dont la part de marché se situait à 23 %. Elle était suivie de près par la région du Centre nord-est, qui accaparait 21 % du total. Cette région comprend le Wisconsin, le Michigan, l'Illinois, l'Indiana et l'Ohio.

Dix ans plus tard, le Centre nord-est avait devancé la région de l'Atlantique-Centre, 23 % contre 20 %. En 1993, grâce au Michigan et à l'Illinois, la région du Centre nord-est avait encore creusé l'écart, sa part étant maintenant de 25 %. Cependant, l'Atlantique-Centre maintenait sa part à 20 % des voyages d'affaires au Canada, suite à la bonne performance de New York.

Au classement canadien des voyages d'affaires par État d'origine, on retrouve en tête de liste New York, le Michigan et la

Complément d'information

Source des données
L'Enquête gouvernementale sur les voyages des visiteurs des États-Unis au Canada, réalisée par Statistique Canada depuis 1990, forme la base de données de cette étude. Les agents des douanes du Canada se chargent du dénombrement et de la distribution des questionnaires aux bureaux d'entrée. Le taux de réponse aux questionnaires pour cette enquête s'établissait à 7 % en 1993. Auparavant, l'enquête auprès des visiteurs américains était réalisée par le département du commerce des États-Unis.

Champ d'observation
L'analyse porte sur l'année 1980 et sur les données recueillies à partir de 1990. Entre 1981 et 1989, la taille de l'échantillon portant sur les voyageurs américains ne permet pas une ventilation des voyages d'affaires au Canada. Pour les besoins du présent article, nous nous limitons aux voyages comportant un séjour d'au moins une nuit.

Définitions
Un voyage d'affaires est défini dans l'Enquête comme comprenant les congrès, réunions, conférences, expositions commerciales ou colloques, ou autre travail. Le voyage au Canada doit être d'une durée de moins d'une année. Ne sont pas pris en compte les militaires, les diplomates et les équipages de transport international.

Considérations liées à l'Accord de libre-échange
La partie IV de l'accord commercial entre le Canada et les États-Unis contient des engagements concernant les voyages d'affaires afin d'éliminer les obstacles au commerce des produits et des services entre les deux pays. Les deux gouvernements ont adapté les réglementations afin de faciliter les voyages pour affaires.

Cet accès libéralisé s'applique à quatre types de voyages d'affaires : gens d'affaires en visite, négociants et investisseurs, professionnels, ainsi que les mutations à l'intérieur d'une entreprise. Ces personnes sont dorénavant admises au Canada sans devoir obtenir un permis de travail temporaire au terme du règlement sur l'immigration au Canada.

▸ *suite de la page 1*

En 1980, le nombre de voyages[2] d'affaires de résidents américains au Canada dépassait celui des Canadiens aux États-Unis (graphique B). Cependant, entre 1980 et 1990, les voyages d'affaires des Américains au Canada ont augmenté à un rythme très lent, au taux annuel de 0,9 %, alors que ceux des Canadiens vers les États-Unis croissaient au taux de 3,8 %. Par conséquent, en 1990, il y avait plus de Canadiens voyageant par affaires aux États-Unis que ce n'était le cas pour les Américains au Canada.

D'après l'enquête réalisée par Statistique Canada (voir Complément d'information), les voyages d'affaires constituaient 14 % des voyages des Américains au Canada en 1990, soit la même proportion qu'en 1980. Depuis, cette part de marché a crû légèrement pour atteindre 15 % en 1992-1993. Cette légère augmentation de part de marché en ce début de décennie résulte d'un nombre plus élevé de voyages d'affaires, alors que le total des voyages effectués au Canada par les résidents des États-Unis pour toutes sortes de raisons, diminuait entre 1990 et 1993. L'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis semble donc avoir eu un effet bénéfique sur les voyages d'affaires entrepris par les Américains, ne serait-ce que de

[2] *Voyages d'une nuit ou plus, à moins d'avis contraire.*

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Éditrice: *Monique Beyrouti*
Téléphone: 613-951-1673
Télécopieur: 613-951-2909

Prix : Canada : 10 $ l'exemplaire, 40 $ par année
États-Unis : 12 $ US l'exemplaire, 48 $ US par année
Autres pays : 14 $ US l'exemplaire, 56 $ US par année

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada
Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Nº 87-003 au Catalogue ISSN 0713-2840

Volume 14, Numéro 2

Info-voyages

Prix : Canada : 10 $, 40 $ par année
États-Unis : 12 $ US, 48 $ US par année
Autres pays : 14 $ US, 56 $ US par année

Printemps 1995

Profil des voyages d'affaires au Canada en provenance des États-Unis

par Lise Beaulieu-Caron

Les États-Unis arrivent au premier rang mondial au titre des voyages d'affaires. Le Canada cherche à accroître ce marché lucratif. C'est pourquoi le présent article tente de cerner les caractéristiques des voyageurs américains venant au Canada pour des raisons d'affaires.

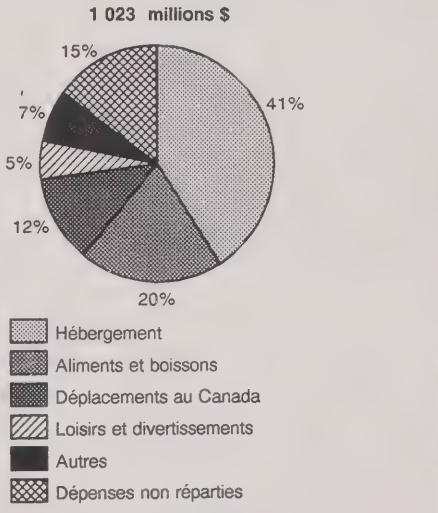
Le Canada et les États-Unis sont les plus importants partenaires commerciaux du monde. Compte tenu des liens étroits entre les deux pays, les flux associés aux voyages d'affaires sont importants. En 1993, les voyages d'affaires des Américains ont représenté des recettes de 1 milliard de dollars au Canada, en excluant les frais du transport international. À titre de comparaison, les voyages d'affaires en provenance des autres pays ont rapporté 0,5 milliard de dollars au Canada. De plus, les dépenses associées aux voyages d'affaires accaparent plus du cinquième de l'énorme marché américain des voyages au Canada. Le tourisme d'affaires représente un élément essentiel de l'industrie touristique au Canada. Pour leur part, les Américains en voyages d'affaires ont affecté près de la moitié de leurs dépenses au Canada au secteur de l'hébergement (graphique A). L'industrie hôtelière canadienne estime que près de la moitié de ses recettes proviennent du secteur des entreprises et des gouvernements[1].

Le présent article donne un aperçu du marché des voyages d'affaires des Américains, lors de séjours d'une nuit ou plus au Canada. Même si les voyages de moins de 24 heures accaparaient 45 % des entrées américaines par affaires au Canada en 1993, les dépenses de ces gens ne représentaient que 4 % du milliard de dollars généré par ce marché cible (tableau 1).

[1] Statistique Canada, *Statistique de l'hébergement de voyageurs*, nº 63-204 au catalogue, mars 1994.

Graphique A

Répartition des dépenses[1] effectuées au Canada par des résidents américains lors de voyages d'affaires en 1993



[1] Excluant les frais de transport international.
Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Touriscope

Dans le présent numéro...

Article de fond
Profil des voyages d'affaires au Canada en provenance des États-Unis 1
Tendances
Voyages entre le Canada et les autres pays 8
Compte des voyages internationaux 10
Indice des prix des voyages 10
Quoi de neuf ?
Information de Statistique Canada dans le domaine du tourisme 12
INDICATEURS DE TOURISCOPE 14

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Government Publications

Catalogue 87-003 ISSN 0713-2840

Volume 14, Number 3

Travel-log

Price: Canada: $12.00, $40.00 annually
United States: US$15.00, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00, US$56.00 annually

Summer 1995

Canadians' Participation in Leisure Travel is on the Rise

by Lise Beaulieu-Caron

Lise Beaulieu-Caron is a senior analyst . She is currently on assignment in the National Accounts and Environment Division.

Canadian travellers have been and continue to be the main tourist market for travel in Canada. Over time, trends have emerged in the overnight trips that Canadians make for leisure purposes. Thus travel habits are influenced by the ageing of the population, changing lifestyles and a greater openness to the world, inspired by the concept of the global village.

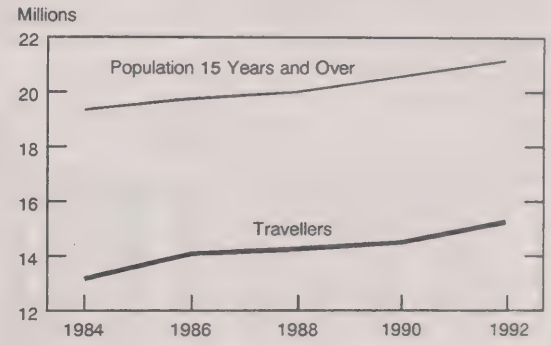
The Canadian Travel Survey[1] (CTS) is an invaluable tool; one of its uses is to see how the Canadian tourism market is evolving by comparing the characteristics of the population studied. For purposes of this analysis, we shall examine, for the period from 1984 to 1992, participation of Canadians aged 15 and over in travel for leisure purposes only, the characteristics of these travellers and changes in the size of the market segments.

Canadians are travelling more

From 1984 to 1992, Canada's labour force 15 years of age and over grew by 10%. During that period, the proportion of travellers in relation to non-travellers went from 68% to 72%. The popularity of trips outside the country increased considerably, with 71% more participation in trips to the United States and 50% more trips to all other countries. Thus, 30% of the population 15 years of age and over in 1992 travelled to the United States, as compared to 19% in 1984. While participation in domestic travel also increased (Graph 1), it grew more moderately.

[1] *In the fourth quarter of the Canadian Travel Survey, respondents are asked whether, during the year, they have made at least one overnight trip that was not a business trip.*

Population, 15 Years and Over and Overnight Non-Business Travellers, Canada 1984 to 1992



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey.

Touriscope

LIBRARY
JUL 13 1995
University of Toronto

In This Issue...

Articles

Canadian's Participation in Leisure Travel is on the Rise 1
Time for Travel... Time for Culture
Attendance at cultural events by Canadian travellers, 1992 7

Trends

Travel Between Canada and Other Countries 10
International Travel Account 10
Travel Price Index 11

Touriscope Indicators 12

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Additional information

The Canadian Travel Survey (CTS) conducted by Statistics Canada takes place every second year, in even-numbered years. It gathers information on trips made by Canadians. The findings of the 1992 survey are covered in an article in the Winter 1994 issue of Travel-log.

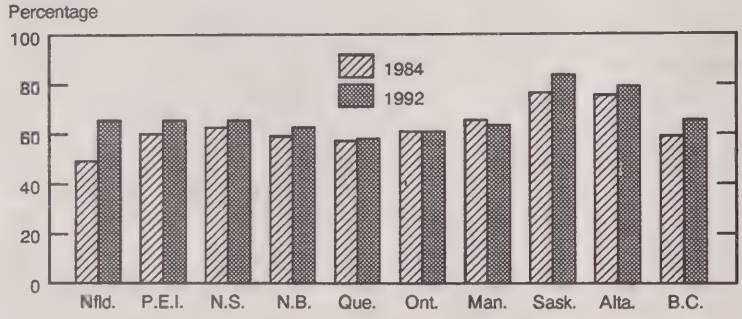
To obtain information on the travelling and non-travelling public, a series of supplementary questions are added at the end of each year in which the survey is conducted. On the basis of these "yes or no" questions, an estimate is made of the number of Canadians 15 years of age and over who during the year made at least one overnight leisure trip. The information requested concerns trips within Canada, the United States and other countries.

By linking the findings with CTS socio-economic data, analysts can establish a profile of Canadians who, during the year, travelled at least once for a reason other than business, regardless of their destination.

Data for the 1994 Canadian Travel Survey were not available when this article was being prepared.

Editor

Graph 1
Overnight Domestic Non-Business Travel Participation, by Province of Residence



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey.

The participation rate for domestic overnight leisure trips is rising again

In 1992, 63% of Canadians aged 15 and over made at least one overnight leisure trip in Canada[2] (Table 1). Even though this rate represents an improvement over the figures for 1990, it is lower than the one recorded in 1986.

In fact, the drop in the participation rate for overnight trips in Canada coincided with the recession that began in 1990. That year Canadians' rate of participation in leisure travel was the lowest since 1984. The recovery of the participation rate for the domestic market was definitely good news for the Canadian tourism industry.

This recovery is mainly due to the renewed popularity of travel by Canadians within their home province. The probability that a person will make a trip within his or her home province has increased from the low point recorded in 1990 and now stands at the same level as in 1988.

[2] *Based on a sample of persons 15 years of age and over, excluding persons in institutions as well as households in the Yukon and Northwest Territories and on Indian reserves.*

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor: *Monique Beyrouti*
Tel: 613-951-1673
Fax: 613-951-2909

Price: Canada: $12.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$15.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00 per issue, US$56.00 annually

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada
Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

© Minister of Industry, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of Appreciation

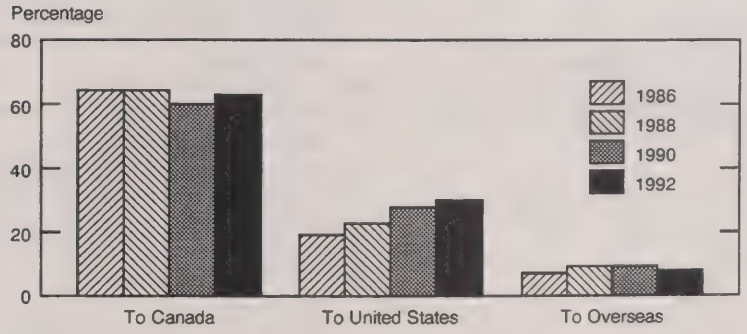
Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Table 1
Participation in Overnight Non-Business Travel, 1984-1992

	1984	1986	1988	1990	1992
			'000		
Population (15+)	**19,274**	**19,715**	**20,020**	**20,599**	**21,183**
Travellers:					
Any Destination[1]	13,103	13,952	14,225	14,401	15,228
Canada	11,847	12,636	12,854	12,419	13,326
Same Province	10,256	10,942	11,196	10,770	11,828
Other Provinces	4,181	4,961	4,937	4,695	4,931
United States	3,656	3,746	4,529	5,678	6,263
Other Countries	1,188	1,384	1,732	1,814	1,783
Participation Rate			%		
Population (15+)	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Travellers:					
All Destinations	68	71	71	70	72
Canada	61	64	64	60	63
Same Province	53	56	56	52	56
Other Provinces	22	25	25	23	23
United States	19	19	23	28	30
Other Countries	6	7	9	9	8

1 The sum of destinations exceeds the total because more than one destination can be chosen within a year.
Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey.

Graph 2
Overnight Non-Business Canadian Travel by Destination



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey.

Interprovincial travel has not exhibited the same trend: 5 million Canadian residents reported having made at least one trip of this type, which represents a participation rate of 23% in 1992, the same rate as in 1990.

Three Canadians out of ten who travelled at least once during the year in other provinces were from Ontario. In fact, Ontario was the only province of origin that registered more than one million interprovincial travellers. Also in 1992, 28% more Albertans than Quebeckers reported at least one leisure trip with an overnight stay in another province.

Leisure travel to the United States

In 1992, the CTS revealed that there were 27% more Canadian travellers to the United States than to other provinces, whereas four years earlier, there were 8% more reporting at least one trip to other provinces. An examination of the data since 1984 shows that Canadians' participation in trips to the United States is sensitive to the degree of competitiveness in the marketplace Thus, following a period of stability between 1984 and 1986, Canadians' tendency to travel to the United States increased constantly from 1988 onward (Graphs 2 and 3). The strength of the Canadian dollar, along with the spread between gasoline prices in the two countries, undoubtedly contributed to this rise (Graphs 4 and 5). In 1992, three Canadians out of ten aged 15 or more, reported having made at least one leisure trip to the United States. These factors were surely behind the change that was occurring in the travel sector in Canada.

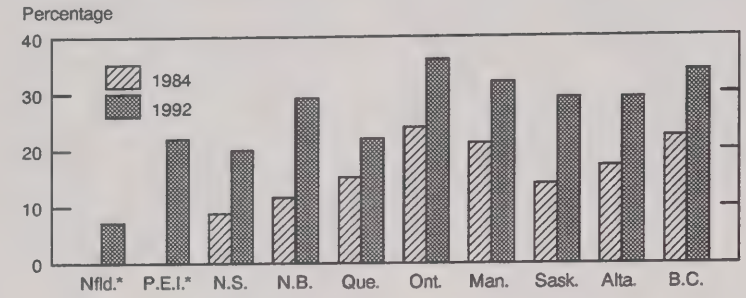
Leisure travel to other countries

Trips to overseas countries also gained popularity with Canadians in the 1980s, although to a lesser extent than trips to the United States. A slight drop, however, was recorded in 1992. It was among persons 45 to 54 years of age that leisure trips to overseas countries were the most popular: 13% of this cohort made such a trip in 1992, as compared to an average of 8% among all Canadians 15 years and over.

The "travel bug" is widespread

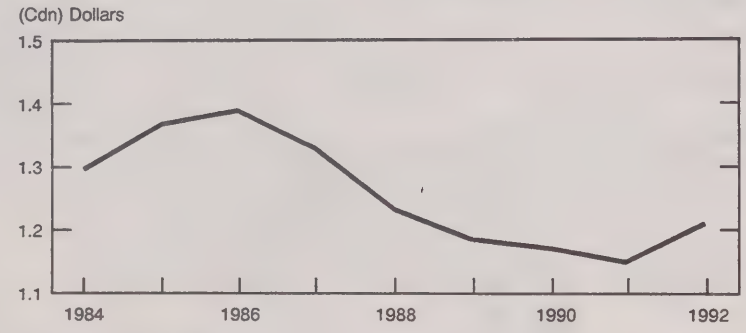
In 1990, even though their trip destinations differed (Table 2), Canadians living in urban areas travelled as frequently as those living outside metropolitan areas.

Graph 3
Participation in Non-Business Travel to the United States, by Province of Residence



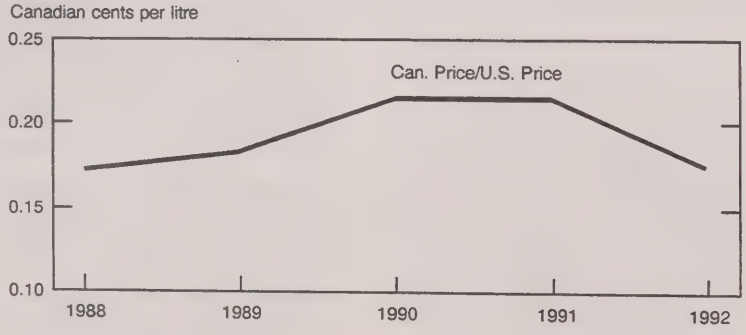
** Insufficient observations in the 1984 sample to produce reliable data.*
Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey.

Graph 4
Canadian $ Per Unit of United States $



Source: Bank of Canada Review.

Graph 5
Canada/U.S. Gasoline Price Differential All Grades



Source: Natural Resources Canada.

In 1992, however, the travel participation rate of residents of non-metropolitan areas increased, whereas that of residents of metropolitan areas remained stable.

Once again in 1992, Canadians living in census metropolitan areas showed a greater-than-average tendency to travel abroad. On the other hand, Canadians living in non-urban areas were more likely not to go beyond the borders of their province.

Toronto: an excellent market for international travel

Overall, the travel rates of Canadians living in the country's three largest metropolitan areas, namely Toronto, Montreal and Vancouver, were lower than the average for metropolitan areas in Canada (Table 2). These rates are comparable to 1990 except for the metropolitan area of Vancouver where the travel participation rate dropped to 69% in 1992 compared to 75% in 1990. The larger range of recreational and entertainment opportunities in these cities could partially explain this phenomenon.

Between 1984 and 1992, the population of the Toronto metropolitan area increased by 10%, compared to 5% for the Montreal census metropolitan area and 9% for the Vancouver area (Table 3). Despite the population growth of Toronto and Montreal urban centres, the travel variation rate within their respective province decreased from 1984 to 1992. However, for the residents of the Vancouver area this rate increased 23% during the same period. Residents of these urban centres exhibited a greater-than average tendency to travel abroad, likely owing to the diversified characteristics of these urban populations and the vast choice of international airline connections offered in the airports serving them.

Table 2
Travel Participation, Census Metropolitan Areas Versus Other Areas, 1990 and 1992

1990	Population 15 +	1990 Participation Rate					
		All Destinations	Canada	Same Province	Other Provinces	United States	Other Countries
	'000				%		
Canada	**20,599**	**70**	**60**	**52**	**23**	**28**	**9**
Non-Metro	8,475	70	64	58	22	23	5
Metro: of which	12,124	70	58	48	23	31	12
Montreal	2,371	65	50	42	18	24	13
Toronto	2,793	66	52	45	16	32	15
Vancouver	1,208	75	56	42	24	45	20

1992	Population 15 +	1992 Participation Rate					
		All Destinations	Canada	Same Province	Other Provinces	United States	Other Countries
	'000				%		
Canada	**21,183**	**72**	**63**	**56**	**23**	**30**	**8**
Non-Metro	8,745	74	68	62	23	26	5
Metro: of which	12,438	70	59	52	23	32	11
Montreal	2,379	64	50	44	16	28	11
Toronto	2,777	66	53	47	18	36	16
Vancouver	1,223	69	52	48	13	39	13

Source: Canadian Travel Survey, special tabulations.

Table 3
Comparing Toronto, Montreal and Vancouver Non-Business Travel Markets

	1984	1990	1992	Variation	Variation
	'000	'000	'000	1984/90	1984/92
Toronto					
Population 15 +	2,515	2,793	2,777	11%	10%
Travelling	1,679	1,838	1,844	9%	10%
Same province	1,277	1,269	1,295	-1%	1%
Other provinces	348	458	492	32%	41%
United States	670	889	1,009	33%	51%
Other countries	317	417	446	32%	41%
Montreal					
Population 15 +	2,269	2,371	2,379	4%	5%
Travelling	1,448	1,550	1,523	7%	5%
Same province	1,056	989	1,048	-6%	-1%
Other provinces	370	428	378	16%	2%
United States	455	574	660	26%	45%
Other countries	183	310	252	69%	38%
Vancouver					
Population 15 +	1,125	1,208	1,223	7%	9%
Travelling	701	910	838	30%	20%
Same province	477	511	589	7%	23%
Other provinces	214	289	155	35%	-28%
United States	310	538	473	74%	53%
Other countries	100	246	153	146%	53%

Source: Canadian Travel Survey, special tabulations.

A smaller youth cohort

In 1992, Canada had 550,000 fewer young persons 15 to 24 years of age than in 1984. During the same period, the Canadian population rose in all other age groups.

In 1992, 79% of young travellers aged 15 to 24 did not go beyond the borders of their province, and only 31% of them travelled to other provinces. However, as regards the travel habits of young Canadians, it appears that the latter were more inclined to travel to all destinations, in light of greater opportunities and the stagnation of travel prices in this year.

Generation X, the most important leisure travel market

In terms of the domestic tourism market, one of the most important age groups is that of young adults 25 to 34 years of age, which accounted for more than 3 million travellers in 1992, representing 22% of the population aged 15 and over who made at least one overnight leisure trip in Canada in 1992.

This is the only age group whose overall participation in travel decreased, however slightly, from its 1984 level. In 1992, its overall participation rate in travel stood at 72%, which corresponded to the national average.

Baby-boomers travel more

Compared to 1984, 30% more persons in the 35-44 age group travelled at least once in Canada in 1992. During that period, the size of this age group increased by 27%.

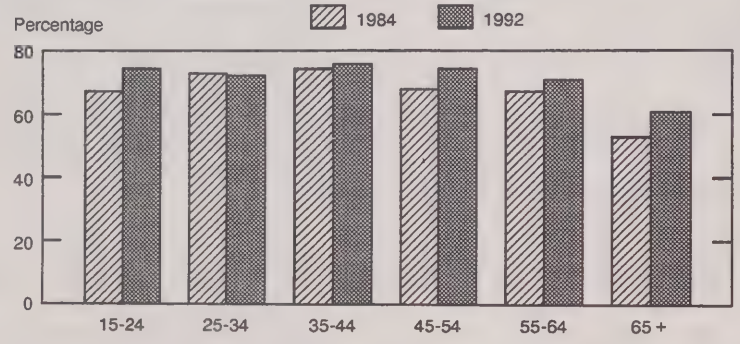
This group, along with the 20-24 age group, had the greatest tendency to travel in Canada in 1992. However, for all destinations, they are the only group showing a decrease in travel participation from 1984 to 1992.

Table 4
Change in Travel Participation, by Age Groups and Destination, Pleasure Travel Only, between 1984 and 1992

Age Groups	Population 15 +	% difference					
		All Destinations	Canada	Same Province	Other Provinces	United States	Other Countries
	'000						
Canada	**9.9**	**16.2**	**12.5**	**15.3**	**17.9**	**71.3**	**50.1**
15-19	-7.7	9.0	31.5	9.3	5.5	81.5	69.4
20-24	-17.5	-12.2	-13.1	-14.3	-12.0	37.3	29.7
25-34	5.2	3.5	-2.5	1.0	7.6	50.1	63.0
35-44	27.1	31.7	29.6	32.8	31.3	92.2	13.7
45-54	25.4	35.2	31.7	38.6	38.4	73.9	82.5
55-64	3.5	10.1	4.5	8.4	8.3	83.0	54.8
65-69	20.4	25.3	27.8	25.0	46.7	56.1	2.9
70 +	26.8	58.7	56.4	60.2	68.8	113.6	104.2

Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey.

Graph 6
Overall Non-Business Travel Participation Rates, by Age Group



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey.

More trips by the middle-aged
In 1992, 15% of the population was 45-54 years of age. Their travel participation rate stood at 74% that year. This group of Canadians had the greatest tendency to travel to overseas countries. Furthermore it shared, with the 35-44 age group, the highest rank in terms of participation in United States travel.

The travel habits of this age group reflect very active lifestyles, and its influence will surely increase as the baby-boomers age in the next decade.

Empty-nesters expand their horizons
In 1992, more than 2.3 million persons were 55 to 64 years of age, accounting for 11% of the population aged 15 and over. This age group is perhaps in an ideal position, since its profile indicates that its economic status is good and it has more time to devote to leisure.

The overall travel rate for this age group was lower than for all others except for the older age group (Graph 6). Even though this group's participation in domestic travel was lower than the average in 1992, its tendency to make interprovincial trips was slightly greater than the national average.

Growth of the elderly market
In 1992, some 1.8 million persons aged 65 and over reported at least one leisure trip in Canada, a 44% increase from 1984. This group accounted for 14% of the population aged 15 and over in 1992, an increase of 2 percentage points over 1984. While their travel participation rate, at 61% in 1992, remained the lowest of all age groups, it was significantly higher than in 1984 and 1990.

Striking while the iron is hot: a challenge for the tourism industry
In light of the popularity of international travel among Canadians, the Canadian tourism industry needs to establish new market niches that will attract Canadian travellers.

The only age group that decreased its tendency to travel to the United States is the 25-34 group. The baby-boomers (35-44) seemed to prefer the United States to other countries: their participation in travel to overseas countries was the lowest ever registered by the CTS. Baby-boomers' demographic weight will continue to influence Canadians' tourism habits over the coming years. The elderly are also a rapidly growing travel market.

Accommodation establishments serving Canadian travellers attracted fewer domestic tourists on pleasure trips in 1991 than in 1990. Increasing numbers of Canadians travelled by car to the United States in 1992. To penetrate a competitive market, the travel industry's products and services must meet the expectations of Canadian consumers. The Canadian travel industry must experiment with new approaches in order to survive and prosper in Canada.

Time for Travel . . . Time for Culture

Attendance at cultural events by Canadian travellers, 1992[1]

Extracted from "Focus on Culture", Spring 1995 (Catalogue 87-004).

Ruth Martin, Head, Research, Analysis and Development Unit, Education, Culture and Tourism Division

Many Canadians attend cultural events such as a play or concert[2]. In 1992, 30% of all Canadians 15 and over, at home or while travelling, went to a performing arts presentation[3].

Travellers are a sizeable group of potential consumers of cultural events, given that 72% of Canadians took at least one overnight non-business trip in 1992[4]. When Canadians travel, however, their participation in cultural activities varies widely, with the likelihood increasing the further they get from home.

Destinations provide cultural diversity

Most trips Canadians take are within Canada. This means that the number of person-trips that include attendance at cultural events is highest for domestic travel. In 1992, such participation was recorded during 2.8 million person-trips. The comparable volumes for Canadians travelling in the United States and overseas were 1.6 million and 787,000 respectively.

However, when one looks at participation in terms of the proportion of total trips taken, the pattern reverses. Fully one in four person-trips to overseas destinations included attendance at cultural events compared to 8% of trips to the United States and just 3% of domestic travel.

While visiting overseas destinations, the chances that Canadians will attend cultural events are highest in Africa (Figure 1). Europe, number one by volume, ranks second. Undoubtedly, many Canadians travel to other continents largely because they want to experience cultural diversity.

In the United States, the South Atlantic region (all seaboard states south from Delaware, and the District of Columbia and West Virginia) receives the largest volume of Canadian travellers. This region also records the highest attendance at plays and concerts. But even so, the proportion of Canadians attending cultural events there was only one third of that in Hawaii in 1992.

Within Canada, a substantially higher proportion of Canadians choose to attend cultural events while visiting Prince Edward Island than any other province of destination. One in ten attend presentations such as the play *Anne of Green Gables* during their stay in P.E.I.

More time for culture?

One reason that the likelihood of attending cultural events is higher for overseas trips is that these tend to be lengthier trips. As trip duration increases, the number of activities one participates in generally increases as well.

---

1 *All 1992 person-trips of one or more nights and, for travel within Canada of at least 80 km from home, are discussed throughout this article.*

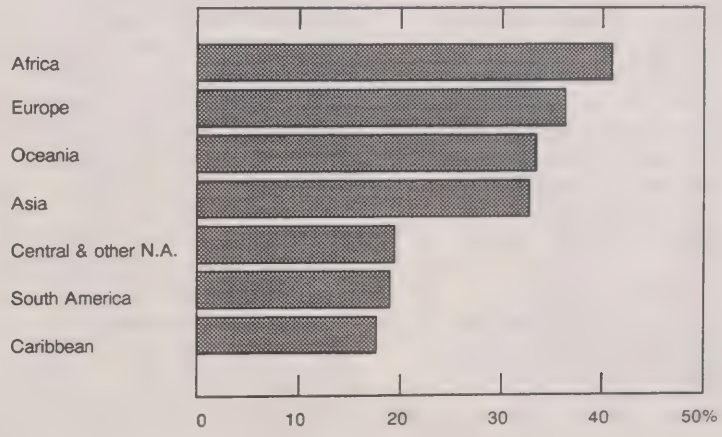
2 *While data exist on a much wider range of cultural activities than attendance at a play or concert, for various operational reasons, this analysis looks only at this one activity.*

3 *General Social Survey, Statistics Canada, 1992.*

4 *Domestic Travel 1992 Statistics Canada Catalogue No. 87-504, p. 40.*

Figure 1

Highest Proportion of Canadian Travellers Overseas Attend Cultural Events in Africa and Europe



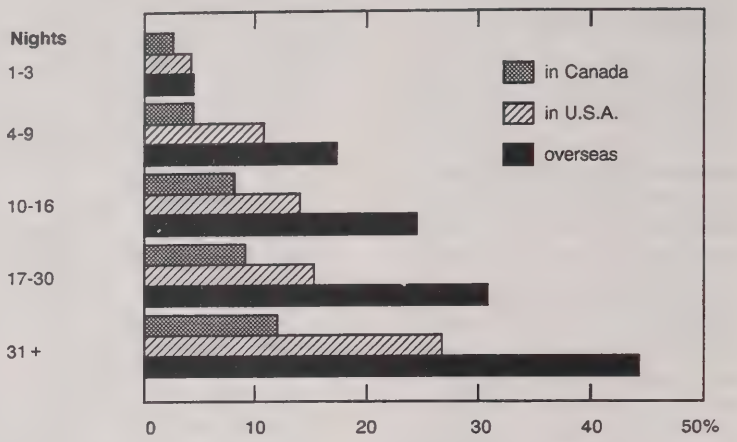
Source: Statistics Canada, International Travel Survey, 1992

On average, Canadian travellers spent 19 nights on a trip overseas during 1992. Trips to the United States, on the other hand, averaged seven nights while domestic trips lasted about three nights. Regardless of destination, travellers who attend cultural events report notably longer trips than other Canadians.

But even when trip duration is held constant, Canadian travellers are more likely to attend cultural events in foreign countries (Figure 2).

Figure 2

Canadian Travellers More Likely to Attend Cultural Events on Longer Trips



Source: Statistics Canada, International Travel Survey and Canadian Travel Survey, 1992

Culture has ageless attraction

While Canadians of all ages attend cultural events when they travel, all destinations considered, children under 15 years of age were the least likely to attend plays and concerts on trips during 1992. Meanwhile, the next youngest age group, those aged 15 to 24, reported the highest participation in cultural events among Canadians travelling domestically and overseas.

Among 15 to 24 year olds who took long trips overseas (for more than 17 nights), more than half attended a play or concert. This might be related to the fact that many young persons travelling for educational study would likely participate in cultural activities.

Among Canadians taking long trips in the United States, the oldest travellers, which would include those going south during the winter months, stand out. More than twenty percent of those aged 55 and over took in a cultural event while visiting the United States.

The pattern of rising attendance at cultural events as the distance from home increases, can be observed for every age group.

Trip purpose impacts

Although people sometimes take a trip for a mixture of reasons, their main trip purpose affects their propensity to attend cultural events (see Table 1).

Within Canada, business travellers, on average, are the least likely to attend cultural events. But, this is largely because most domestic business trips are brief, 1 to 3 nights in duration. When trip duration is held constant, business travellers are among the most likely to include a play or concert, regardless of destination.

On average, those who travel in Canada for pleasure (a category which includes travel for the purpose of attending events and attractions), are the most likely to attend a cultural event. On trips to the United States, Canadians visiting friends and relatives are most likely to participate in a cultural activity.

However, overseas, it is those travelling for other purposes, which includes educational study, who have the highest propensity to attend plays and concerts, especially during long trips.

And when they are not at plays and concerts...

For those domestic travellers who attended cultural events, the second most popular activity they also undertook was visiting friends and relatives. This is not surprising, given that visiting friends and relatives was the most frequently reported activity overall in 1992 and staying with friends and relatives is the most popular type of accommodation during domestic travel.

However, among all Canadians travelling in the United States and overseas, shopping and sightseeing were the most popular activities. Those attending cultural events outside Canada ranked these activities second and third.

Conclusion

The likelihood of attending plays and concerts while travelling depends on many factors. However, knowing the destination and trip duration can help one predict whether Canadian travellers will choose to take time for culture. Statistics Canada's national travel surveys collect a wealth of information, including participation by travellers in a number of cultural activities. In addition to attendance at plays and concerts, which has been discussed in this article, these other cultural activities include:

- attending festivals or fairs;
- visiting a zoo, museum or natural display;
- attending sports events; and
- visiting a national, provincial or regional park, or historic site.

Given the increasing trend in travel by Canadians, their characteristics are of growing interest to a variety of professionals in the tourism industry. Data collected through the Canadian Travel Survey and the International Travel Survey can assist in defining and tracking the cultural activities in which Canadian travellers participate. In addition, these surveys provide a wide range of geographic, socio-economic and trip characteristics for further analyses.

Table 1

Percentage of Canadian Travellers Attending Cultural Events, 1992, by Destination, Trip Purpose and Trip Duration

	1-3 nights	4-9 nights	10-16 nights	17+ nights	Average
	%	%	%	%	%
In Canada					
Pleasure	3.6	4.8	9.8	7.6	4.2
Visiting friends/relatives	2.3	4.7	8.4	12.1	3.1
Business or convention	1.5	3.2	5.6	12.5	2.0
Other/not stated	3.1	2.8	0.4	3.4	3.0
In the U.S.A.					
Pleasure	4.0	8.9	11.0	20.0	7.8
Visiting friends/relatives	6.5	13.8	25.2	20.3	11.2
Business or convention	4.2	13.8	24.7	24.2	8.9
Other/not stated	3.0	17.5	15.6	23.5	6.9
Overseas					
Pleasure	N/A	16.9	24.7	38.7	25.2
Visiting friends/relatives	N/A	17.0	22.5	27.5	24.9
Business or convention	N/A	18.9	23.8	37.3	23.8
Other/not stated	N/A	16.0	28.9	43.6	32.4

Source: Statistics Canada, International Travel Survey and Canadian Travel Survey, 1992.

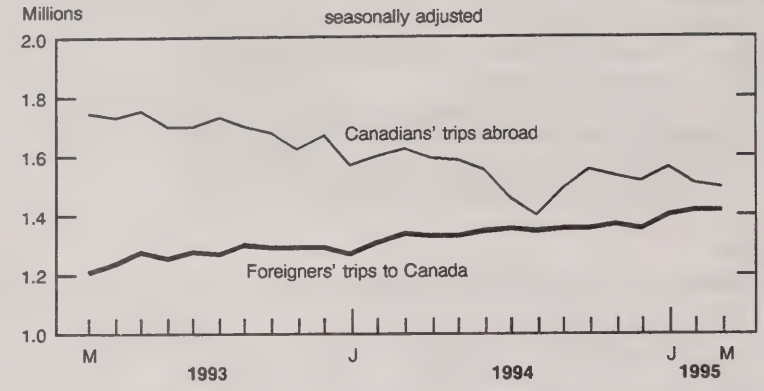


Note to users

Month-to-month comparisons use seasonally adjusted data (data adjusted for variations that repeat annually and for variability caused by the different volumes of travellers associated with different days of the week).

Year-over-year comparisons use unadjusted data (the actual traffic counts).

Trips of One or More Nights Between Canada and Other Countries



Travel between Canada and other countries

After having reached a record level in the month, the number of foreign visitors who spent at least one night in Canada remained stable at 1.4 million in March. Of those visitors 1.1 million were Americans, unchanged from the previous month. Meanwhile, 317 thousand were from overseas countries, a slight increase compared to February. This third consecutive monthly increase extends the upward trend that emerged in mid-1992.

Over time, travellers from countries other than the United States have represented an increasing share of the visitors to Canada. While they accounted for only 5% of foreign overnight visits in 1972, their share stood at 22% in the first quarter of 1995. Since overseas residents tend to make longer trips to Canada than Americans, the economic impact of an increase in their number is significantly greater than that of a comparable rise in the number of U.S. visitors. In 1994, overseas visitors spent an average C$976 per overnight trip, compared with C$350 for Americans.

Record number of Canadians making overnight trips to overseas destinations

During March, 1.5 million Canadians spent at least one night outside the country, a 1.0% decrease from February. The number of Canadians who spent one or more nights in the United States decreased 1.5% from the previous month, to 1.2 million. This type of travel has been decreasing since late 1991. However, a record number of more than 301 thousand Canadians returned from a trip after having spent at least one night overseas. This 1.3% increase over the previous month extended an upward trend that emerged in June 1991.

Cross-border car trips by Canadians increased in March

After decreasing in the previous two months, same-day cross-border car trips by Canadians (often used as an indicator of cross-border shopping) increased 4.7% in March compared to the previous month, to 3.0 million. During the same month, Americans made 1.9 million same-day car trips to Canada in March, 4.4% fewer than in February. Nonetheless, this type of travel has generally been increasing since early 1994.

The International Travel Account deficit decreased in the first quarter of 1995

The international travel account deficit amounted to $1.1 billion in the first quarter of 1995, 7.8% less than the previous quarter.

Foreign visitors to Canada spent a record $2.8 billion, 1.7% more than in the previous quarter. Meanwhile, Canadians travelling outside the country spent a total of $3.9 billion, a 1.2% decrease from the fourth quarter of 1994.

The travel account deficit with the United States, stood at $642 million for the first three months of 1995, its lowest level since the first quarter of 1989. Americans

International Travel Receipts and Payments, First Quarter 1995

	1st quarter	2nd quarter 1994	3rd quarter	4th quarter	Total 1994[r]	1st quarter 1995[p]
	$ millions					
	Unadjusted					
United States						
Receipts	692	1,422	2,586	1,034	5,734	844
Payments	2,778	2,889	2,194	1,963	9,824	2,455
Balance	-2,086	-1,467	392	-929	-4,090	-1,611
All other countries						
Receipts	480	1,142	2,140	698	4,460	557
Payments	1,577	1,497	1,696	1,355	6,125	1,768
Balance	-1,097	-355	444	-657	-1,665	-1,211
Total, all countries						
Receipts	1,172	2,564	4,726	1,732	10,194	1,401
Payments	4,355	4,386	3,890	3,318	15,949	4,223
Balance	-3,183	-1,822	836	-1,586	-5,755	-2,822

[p] *Preliminary figures.*
[r] *Revised figures.*

Travel Price Index, Not Seasonally Adjusted, 1986 = 100

Year	Quarters				Annual
	1st	2nd	3rd	4th	Average
1980	57.4	59.6	62.3	64.2	60.9
1981	66.7	69.3	72.1	73.8	70.5
1982	76.5	79.9	82.8	83.6	80.7
1983	83.2	84.4	87.6	86.8	85.5
1984	87.9	88.8	92.0	90.3	89.7
1985	91.5	93.7	96.1	96.7	94.5
1986	97.9	98.9	102.6	100.6	100.0
1987	101.0	103.2	108.1	105.3	104.4
1988	104.0	105.7	108.1	106.2[c]	106.0
1989	109.1	111.2	115.6	113.8	112.5
1990	116.3	118.4	123.4	124.3	120.6
1991	129.2	129.6	131.6	128.9	129.8
1992	128.4	129.7	133.2	131.7	130.8
1993	132.6	132.9	136.0	134.4	134.0
1994	133.4	134.4	139.6	137.7	136.3
1995	137.4				

[c] *Corrected.*
Sources: Education, Culture and Tourism Division.

spent $1.7 billion in Canada, an unprecedented amount that was 5.1% higher than in the last quarter of 1994. Canadians expended $2.3 billion while travelling in the United States during the first quarter of 1995, 4.3% less than in the previous quarter.

Outlays by Canadians travelling to countries other than the United States increased 3.5%, to $1.6 billion while overseas visitors spent $1.2 billion in Canada, 2.9% less than in the fourth quarter of 1994.

For further information on this release, contact Ruth Martin (613-951-1791), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.

Travel Price Index, First Quarter, 1995

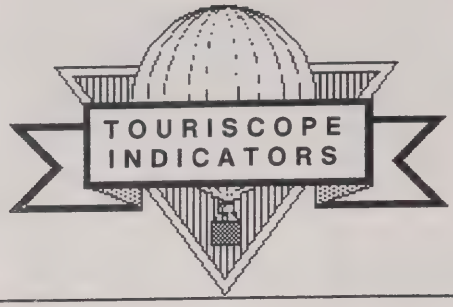
The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used when travelling in Canada. Price movements are taken from detailed Consumer Price Index (CPI) series. Since January 1995, the weights used to calculate the CPI have been updated to reflect 1992 consumer spending patterns. Consequently, the TPI was also updated in for the first quarter of 1995.

The Travel Price Index had started the year with a 1.4% decline in January 1995 compared to December 1994 and then was followed by two consecutive monthly increases. However, the decline recorded in January was sufficient enough to offset these increases. It resulted in a slight 0.2% decrease in the TPI for the first quarter of 1995 compared to the last quarter of 1994. It is the second consecutive quarterly drop since the TPI decreased 1.4% over the third quarter of 1994.

The decrease in the TPI between the fourth quarter 1994 and the first quarter of 1995 is mainly due to a drop in the prices of inter-city transportation (-2.9%), rental and leasing of automative vehicles (-1.6%) and in traveller accommodation (-1.0%). On the other hand, prices of food and of operation of automotive vehicles increased 2.1% and 1.5% respectively.

By comparison, overall prices for goods and services, as measured by the Consumer Price Index (CPI) increased 1.1% in the first quarter of 1995 over the fourth quarter of 1994.

A technical report of the Travel Price Index is available from the Travel, Tourism and Recreation Section at 613-951-1673.



		First Quarter 1995	% Change	
			Previous Quarter	Previous Year
VISITORS TO CANADA				
From United States	T	5,964	18.0	18.0
Overnight visits(p)	T	1,569	-23.2	8.0
By auto	T	1,011	-25.5	6.7
From Overseas	T	486	-24.9	15.2
Overnight visits(p)	T	443	-24.9	16.0
Top Seven Countries				
Japan	T	75	-17.9	9.2
United Kingdom	T	67	-32.2	15.9
France	T	43	-17.4	22.8
Germany	T	42	-17.6	13.0
Hong Kong	T	25	0.4	14.6
Australia	T	20	-16.7	27.7
Italy	T	11	-34.3	18.1
CANADIANS OUTSIDE CANADA				
To United States	T	10,990	-10,5	-10.7
Overnight visits(p)	T	3,066	3.9	-6.5
By auto	T	1,716	-8.1	-8.7
To Overseas	T	1,153	71.7	6.7
INDUSTRY SECTOR				
Airline Passengers (Level I)	T	4,686	3.5	5.8
Airline passenger-km (Level I)	M	10,843	5.0	8.9
Inter-city bus passengers*				
Restaurant receipts	M	4,654	-11.4	5.3
PRICES				
1986 = 100 (not s.a.)				
Travel Price Index		137.4	-0.2	3.0
Consumer Price Index		132.6	1.1	1.5
Restaurant meals		140.8	0.4	1.6
Inter-city transportation		145.0	-2.9	5.7
Gasoline		117.8	0.0	6.3
ECONOMIC				
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.)	M	542,900	0.2	4.0
Amusement and recreation	M	5,095	3.8	7.3
Accommodation and food services	M	11,620	-2.2	3.2
Personal disposable income per capita (s.a.)	T	17,360	1.4	2.3
LABOUR FORCE				
Labour force (s.a.)	T	14,928	0.2	1.2
Unemployed	T	1,443	-0.3	-11.1
Employed	T	13,485	0.3	2.7
Accommodation and food services (not s.a.)	T	818	-3.7	2.6
EXCHANGE RATES				
In Canadian dollars:				
American Dollar		1.4069	2.9	4.9
British Pound		2.2267	2.8	11.5
Japanese Yen		0.0147	6.5	17.6
German Mark		0.9529	7.5	22.4
French Franc		0.2728	5.7	19.1

(M) Millions. (T) Thousands. (s.a.) seasonally adjusted. (p) preliminary.
**New Survey - 1995 first quarter results not available before mid-July 1995.*



		Premier trimestre 1995	Variation en %	
			Trimestre précédent	Année précédente
VISITEURS AU CANADA				
Des Etats-Unis	T	5 964	18,0	18,0
Visites d'une nuit et plus(p)	T	1 569	-23,2	8,0
Par auto	T	1 011	-25,5	6,7
Des pays d'outre-mer	T	486	-24,9	15,2
Visites d'une nuit et plus(p)	T	443	-24,9	16,0
Les sept pays les plus populaires				
Japon	T	75	-17,9	9,2
Royaume-Uni	T	67	-32,2	15,9
France	T	43	-17,4	22,8
Allemagne	T	42	-17,6	13,0
Hong-Kong	T	25	0,4	14,6
Australie	T	20	-16,7	27,7
Italie	T	11	-34,3	18,1
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA				
Aux Etats-Unis	T	10 990	-10,5	-10,7
Visites d'une nuit et plus(p)	T	3 066	3,9	-6,5
Par auto	T	1 716	-8,1	-8,7
Outre-mer	T	1 153	71,7	6,7
INDUSTRIE				
Trafic voyageurs aériens (niveau I)	T	4 686	3,5	5,8
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I)	M	10 843	5,0	8,9
Trafic voyageurs par autocar (interurbain)*				
Recettes des restaurants	M	4 654	-11,4	5,3
PRIX				
1986 = 100 (non dés.)				
Indice des prix des voyages		137,4	-0,2	3,0
Indice des prix à la consommation		132,6	1,1	1,5
Aliments achetés au restaurant		140,8	0,4	1,6
Transport interurbain		145,0	-2,9	5,7
Essence		117,8	0,0	6,3
ÉCONOMIQUE				
Produit intérieur brut, aux prix de l986 (dés.)	M	542 900	0,2	4,0
Divertissements et loisirs	M	5 095	3,8	7,3
Hébergement et restauration	M	11 620	-2,2	3,2
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	T	17 360	1,4	2,3
TRAVAIL				
Population active (dés.)	T	14 928	0,2	1,2
Chômeurs	T	1 443	-0,3	-11,1
Personnes occupées	T	13 485	0,3	2,7
Hébergement et restauration (non dés.)	T	818	-3,7	2,6
TAUX DE CHANGE				
En dollars canadiens:				
Dollar des Etats-Unis		1,4069	2,9	4,9
Livre sterling		2,2267	2,8	11,5
Yen du Japon		0,0147	6,5	17,6
Mark de l'Allemagne		0,9529	7,5	22,4
Franc de France		0,2728	5,7	19,1

(M) Millions. (T) Milliers. (dés.) désaisonnailisées. (p) préliminaires.
Nouvelle enquête - Les résultats pour le premier trimestre de 1995 ne seront pas disponibles avant la mi-juillet 1995.

Recettes et dépenses au comptes des voyages internationaux, premier trimestre 1995

	1er trimestre	2ième trimestre 1994	3ième trimestre	4ième trimestre	Total 1994 r	1er trimestre 1995p
	millions$					
	Donnés non désaisonnalisées					
États-Unis						
Recettes	692	1 422	2 586	1 034	5 734	844
Dépenses	2 778	2 889	2 194	1 963	9 824	2 455
Solde	-2 086	-1 467	392	-929	-4 090	-1 611
Tous les autres pays						
Recettes	480	1 142	2 140	698	4 460	557
Dépenses	1 577	1 497	1 696	1 355	6 125	1 768
Solde	-1 097	-355	444	-657	-1 665	-1 211
Total						
Recettes	1 172	2 564	4 726	1 732	10 194	1 401
Dépenses	4 355	4 386	3 890	3 318	15 949	4 223
Solde	-3 183	-1 822	836	-1 586	-5 755	-2 822

p Données provisoires.
r Données révisées.

Indice des prix des voyages, non désaisonnalisés, 1986 = 10

Année	Trimestres				Moyenne annuelle
	1er	2ième	3ième	4ième	
1980	57,4	59,6	62,3	64,2	60,9
1981	66,7	69,3	72,1	73,8	70,5
1982	76,5	79,9	82,8	83,6	80,7
1983	83,2	84,4	87,6	86,8	85,5
1984	87,9	88,8	92,0	90,3	89,7
1985	91,5	93,7	96,1	96,7	94,5
1986	97,9	98,9	102,6	100,6	100,0
1987	101,0	103,2	108,1	105,3	104,4
1988	104,0	105,7	108,1	106,2c	106,0
1989	109,1	111,2	115,6	113,8	112,5
1990	116,3	118,4	123,4	124,3	120,6
1991	129,2	129,6	131,6	128,9	129,8
1992	128,4	129,7	133,2	131,7	130.8
1993	132,6	132,9	136,0	134,4	134,0
1994	133,4	134,4	139,6	137,7	136,3
1995	137,4				

c Corrigé.
Sources: Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Le déficit du compte des voyages avec les États-Unis s'est élevé à 642 millions de dollars pendant les trois premiers mois de 1995. Il s'agit du niveau le plus bas depuis le premier trimestre de 1989. Les Américains ont dépensé 1,7 milliard de dollars au Canada, un montant sans précédent qui dépasse de 5,1% celui du dernier trimestre de 1994. Les Canadiens ont déboursé 2,3 milliards de dollars au cours de leurs voyages aux États-Unis pendant le premier trimestre de 1995, soit 4,3% de moins qu'au trimestre précédent.

Les dépenses des Canadiens voyageant dans des pays autres que les États-Unis ont augmenté de 3,5%, pour atteindre 1,6 milliard de dollars. Les visiteurs d'outre-mer ont dépensé 1,2 milliard de dollars au Canada, 2,9% de moins qu'au cours du quatrième trimestre de 1994.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Ruth Martin au (613) 951-1791, Section des voyages internationaux, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Indice des prix des voyages, premier trimestre 1995

L'indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés des séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC). Depuis janvier 1995, les pondérations utilisées dans le calcul de l'IPC ont été mises à jour afin de refléter la composition des dépenses des consommateurs en 1992. Conséquemment, l'IPV a également été mis à jour au premier trimestre de 1995.

L'indice des prix des voyages avait commencé l'année 1995 avec une baisse de 1,4% en janvier par rapport à décembre 1994 pour connaître deux augmentations mensuelles consécutives. Cependant, la baisse enregistrée en janvier a été suffisante pour résorber ces hausses. Il en résulte un léger recul de 0,2% de l'IPV au premier trimestre de 1995 comparativement au dernier trimestre de 1994. Il s'agit d'une seconde baisse trimestrielle puisque l'IPV avait diminué de 1,4% au trimestre précédent.

Le recul de l'IPV entre le quatrième trimestre de 1994 et le premier trimestre de 1995 est principalement dû à la baisse des prix des transports interurbains (-2,9%), de la location de véhicules automobiles (-1,6%) et de l'hébergement des voyageurs (-1,0%). Cependant, le coût des aliments a augmenté de 2,1% et celui de l'utilisation des véhicules, de 1,5%.

Par ailleurs, au premier trimestre de 1995, le coût de tous les biens et services, mesurée par l'Indice des prix à la consommation (IPC), augmentait de 1,1%.

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613) 951-1673.

TENDANCES

Voyages entre le Canada et les autres pays

Le nombre de voyages au Canada d'une nuit ou plus des résidents d'outre-mer atteint un niveau record

Après avoir atteint un sommet au cours du mois précédent, le nombre de visiteurs étrangers qui ont passé au moins une nuit au Canada est demeuré stable en mars, à 1,4 million. De ce nombre, 1,1 million de visiteurs étaient Américains, soit le même nombre qu'au mois précédent. Par ailleurs, 317 mille étaient résidents d'outre-mer, une légère augmentation comparativement au mois de février. Il s'agissait d'un troisième sommet mensuel consécutif. La tendance à la hausse de ces voyages se poursuit depuis le milieu de 1992.

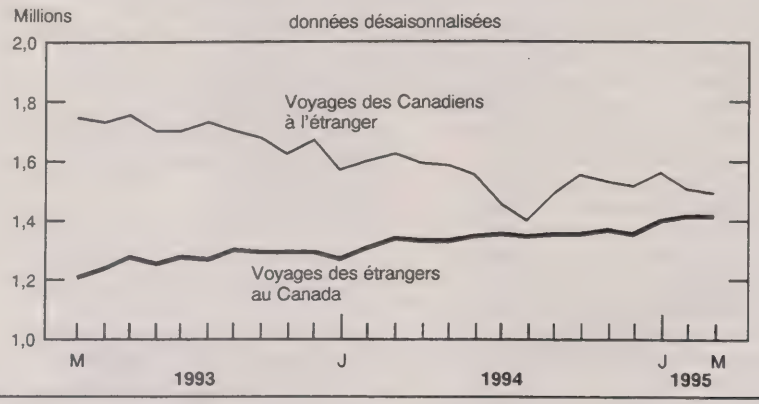
Les résidents des pays autres que les États-Unis représentent une proportion de plus en plus grande des visiteurs qui passent au moins une nuit au Canada. Alors qu'elle n'était que de 5% en 1972, cette proportion se situe maintenant à un peu plus de 22% au premier trimestre de 1995. Puisque les visiteurs d'outre-mer ont tendance à faire de plus longs séjours au Canada que les Américains, l'impact économique d'une augmentation de leur nombre est plus considérable qu'une hausse comparable du nombre de visiteurs américains. Ainsi, en 1994, les visiteurs d'outre-mer ont dépensé 976$CAN par voyage d'une nuit ou plus, comparativement à 350$CAN pour les Américains.

Note aux lecteurs

Les comparaisons d'un mois à l'autre dans le voyage international utilisent des données désaisonnalisées (des données ajustées pour tenir compte des variations qui se répètent annuellement ainsi que du changement causé par les divers volumes de voyageurs associés à différents jours de la semaine).

Les comparaisons d'une année à l'autre utilisent des données non désaisonnalisées (les chiffres réels du trafic).

Voyages d'une nuit ou plus entre le Canada et les autres pays



Nombre record de Canadiens effectuant des voyages outre-mer d'une nuit ou plus

En mars, 1,5 million de Canadiens ont passé au moins une nuit hors du pays, soit 1,0% de moins qu'en février. Le nombre de Canadiens qui ont passé une nuit ou plus aux États-Unis a diminué de 1,5% par rapport au mois précédent, pour s'établir à 1,2 million. Ce genre de voyage est en baisse depuis la fin de l'année 1991. Cependant, plus de 301 mille Canadiens sont revenus de pays d'outre-mer après y avoir passé au moins une nuit. Il s'agit d'un nouveau sommet, en hausse de 1,3% comparativement au niveau du mois précédent. Les voyages de ce genre sont à la hausse depuis le mois de juin 1991.

Augmentation des voyages transfrontaliers de même jour en automobile des Canadiens en mars

Après avoir diminué au cours des deux mois précédents, les voyages des Canadiens aux États-Unis, en automobile et de même jour, souvent utilisés comme un indicateur clé du magasinage transfrontalier, ont augmenté de 4,7% en mars comparativement au mois précédent. Ils se sont chiffrés à 3,0 millions. Au cours du même mois, les Américains ont effectué 1,9 million de voyages de même jour au Canada en automobile, 4,4% de moins qu'au mois de février. Cependant, ce genre de voyage est généralement à la hausse depuis le début de 1994.

Réduction du déficit du compte des voyages internationaux du Canada au premier trimestre de 1995

Le déficit du compte des voyages internationaux s'est chiffré à 1,1 milliard $ au premier trimestre de 1995, en baisse de 7,8% par rapport au trimestre précédent. Les visiteurs étrangers ont dépensé 2,8 milliards de dollars, un montant sans précédent qui était supérieur de 1,7% à celui du quatrième trimestre de 1994. Au cours de la même période, les Canadiens en voyage à l'extérieur du pays ont dépensé un total de 3,9 milliards de dollars, une diminution de 1,2% par rapport au trimestre précédent.

soit entre une et trois nuits. À durée égale et sans égard à la destination, les gens d'affaires sont parmi ceux qui ont le plus tendance à profiter de leurs voyages pour aller au théâtre ou à un concert.

En moyenne, ceux qui font des voyages d'agrément au Canada (notamment pour participer à des événements et visiter des attractions) sont plus susceptibles que les autres voyageurs d'assister à une manifestation culturelle.

Lorsqu'ils sont en voyage aux États-Unis, ce sont les Canadiens qui visitent des parents et amis qui sont les plus susceptibles de participer à cette activité. Mais, outre-mer, les personnes qui voyagent pour d'autres raisons, entre autres pour leurs études, sont celles qui ont le plus tendance à aller au théâtre et à un concert, surtout si leur séjour est long.

Et à part les pièces de théâtre et les concerts...

Pour les Canadiens qui voyagent au pays et qui ont assisté à des manifestations culturelles, l'activité la plus importante, après les manifestations culturelles, était de rendre visite à des amis et des parents. Cela n'a rien de surprenant puisque la visite d'amis et de parents a été l'activité le plus souvent déclarée dans l'ensemble en 1992, et ceux qui voyagent au pays vont plus souvent qu'autrement loger chez des amis ou des parents.

Toutefois, le magasinage et les visites touristiques sont les activités principales des Canadiens voyageant aux États-Unis et outre-mer. Ceux qui ont assisté à des manifestations culturelles à l'extérieur du Canada ont placé ces activités aux deuxième et troisième rangs.

Conclusion

Bien des facteurs font que les Canadiens en voyage assistent ou pas à des pièces de théâtre et à des concerts. Mais si on connaît la destination et la durée du voyage, on est en mesure de prédire avec plus d'exactitude si le voyageur consacrera du temps à des manifestations culturelles.

Les enquêtes nationales de Statistique Canada sur les voyages nous apprennent beaucoup de choses, notamment si les voyageurs ont pris part à un certain nombre d'activités culturelles. En plus des pièces de théâtre et des concerts dont il vient d'être question, les activités culturelles comprennent:

- la fréquentation des festivals et des foires;
- la visite de zoos, de musées ou d'attractions naturelles;
- la fréquentation des lieux où sont présentés des événements sportifs
- la visite de parcs nationaux, provinciaux ou régionaux ou de lieux historiques.

Étant donné que les voyageurs canadiens sont de plus en plus nombreux, diverses personnes du secteur touristique s'intéressent à leurs caractéristiques. Les données de l'Enquête sur les voyages des Canadiens et de l'Enquête sur les voyages internationaux peuvent servir à la définition et au suivi des activités culturelles auxquelles participent les voyageurs canadiens. Ces enquêtes fournissent aussi un large éventail de caractéristiques géographiques et socio-économiques ainsi que de caractéristiques du voyage qui se prêtent à d'autres analyses.

Tableau 1.

Pourcentage des voyageurs canadiens assistant à des événements culturels, 1992, selon la destination, le but du voyage et sa durée

	1-3 nuitées	4-9 nuitées	10-16 nuitées	17 + nuitées	Moyenne
	%	%	%	%	%
Au Canada					
agrément	3.6	4.8	9.8	7.6	4.2
visite d'amis et de parents	2.3	4.7	8.4	12.1	3.1
affaires	1.5	3.2	5.6	12.5	2.0
autre	3.1	2.8	0.4	3.4	3.0
Aux États-Unis					
agrément	4.0	8.9	11.0	20.0	7.8
visite d'amis et de parents	6.5	13.8	25.2	20.3	11.2
affaires	4.2	13.8	24.7	24.2	8.9
autre	3.0	17.5	15.6	23.5	6.9
Outre-mer					
agrément	N/A	16.9	24.7	38.7	25.2
visite d'amis et de parents	N/A	17.0	22.5	27.5	24.9
affaires	N/A	18.9	23.8	37.3	23.8
autre	N/A	16.0	28.9	43.6	32.4

Source: Statistique Canada, l'Enquête sur les voyages internationaux et l'Enquête sur les voyages des Canadiens.

En moyenne, les voyageurs canadiens ont passé 19 nuits en voyage dans des pays d'outre-mer en 1992. Par contre, les voyages aux États-Unis ont duré sept nuits en moyenne et ceux au Canada, trois nuits environ. Quelle que soit la destination, les voyageurs ayant assisté à des manifestations culturelles ont déclaré des voyages notablement plus longs que les autres Canadiens.

Mais même si on compare des voyages de même durée, les voyageurs canadiens ont davantage tendance à assister à des manifestations culturelles lorsqu'ils sont à l'étranger (figure 2).

La culture n'a pas d'âge

Lorsque l'on tient compte de toutes les destinations, les Canadiens vont à des manifestations culturelles quel que soit leur âge, mais ceux qui ont moins de 15 ans étaient moins susceptibles que les autres d'assister à des pièces de théâtre ou à des concerts en voyage en 1992. Par contre, ceux du groupe d'âge suivant, soit les 15 à 24 ans, ont déclaré la fréquentation la plus élevée de tous les Canadiens en voyage au pays et outre-mer.

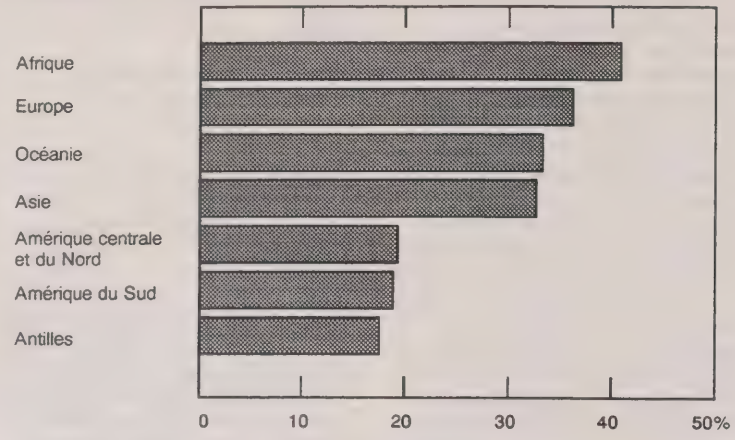
Chez les Canadiens de 15 à 24 ans qui ont fait de longs voyages outre-mer (plus de 17 nuits), plus de la moitié sont allés au théâtre ou à un concert. Cela est peut-être dû au fait que de nombreux jeunes font des voyages d'étude et ont alors de fortes chances de participer à des activités culturelles.

Chez les Canadiens qui font de longs voyages aux États-Unis, les plus âgés, y compris ceux qui vont dans le sud en hiver, se démarquent. Plus de 20% des personnes de 55 ans et plus ont profité de leur séjour aux États-Unis pour assister à une manifestation culturelle.

Pour tous les groupes d'âge, la fréquentation augmente avec la distance de la maison.

Figure 1

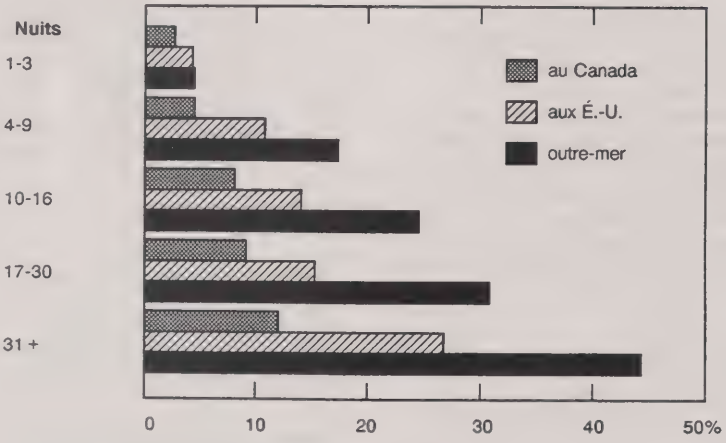
La proportion des voyageurs canadiens outre-mer qui assistent à des événements culturels est la plus élevée dans le cas de l'Afrique et de l'Europe



Source : Statistique Canada, l'Enquête sur les voyages internationaux de 1992.

Figure 2

Les voyageurs canadiens ont plus de chances d'assister à des événements culturels lors de voyages de plus longue durée



Source : Statistique Canada, l'Enquête sur les voyages internationaux et l'Enquête sur les voyages des Canadiens, 1992.

La raison du voyage a une incidence

Les gens voyagent parfois pour plusieurs raisons, mais le motif principal a une incidence sur les chances d'assister à un spectacle (voir tableau 1).

Au Canada, les gens en voyage d'affaires sont, en moyenne, moins susceptibles que les autres d'assister à des manifestations culturelles. Il en est ainsi surtout parce que les voyages d'affaires au pays sont souvent de courte durée,

Il faut battre le fer quand il est chaud : un défi pour l'industrie touristique

Compte tenu de la popularité des voyages internationaux chez les Canadiens, l'industrie canadienne du tourisme doit établir de nouveaux créneaux qui attireront les voyageurs canadiens.

Le seul groupe d'âge qui a diminué sa tendance aux voyages vers les États-Unis entre 1990 et 1992, est celui des 25 à 34 ans. Les baby-boomers (35 à 44 ans) ont semblé préférer les États-Unis aux autres pays : leur participation aux voyages vers les pays d'outre-mer est la plus faible jamais enregistrée par l'EVC. Le poids démographique des baby-boomers continuera à influer sur les habitudes touristiques des Canadiens au cours des prochaines années. Les personnes âgées constituent également un marché touristique qui croît rapidement.

Les établissements d'hébergement de voyageurs canadiens ont attiré moins de touristes résidents en voyage d'agrément en 1991 par rapport à 1990. De plus en plus de Canadiens ont emprunté leur automobile pour se rendre aux États-Unis en 1992. Pour percer un marché concurrentiel, les produits et les services de l'industrie du tourisme doivent répondre aux attentes des consommateurs canadiens. L'industrie touristique canadienne doit expérimenter de nouvelles avenues afin de survivre et de prospérer au Canada.

À l'heure des voyages... et du dépaysement culturel Les activités culturelles des Canadiens en voyage, 1992[1]

Extrait de "La Culture en perspective", printemps 1995 (catalogue 87-004)

Ruth Martin, chef, unité de la recherche, de l'analyse et du développement, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme

De nombreux Canadiens assistent à des manifestations culturelles, notamment des pièces de théâtre ou des concerts[2]. En 1992, 30% des Canadiens de 15 ans et plus ont assisté à un spectacle de la scène chez eux ou en voyage[3].

Les voyageurs forment un important groupe de consommateurs potentiels de manifestations culturelles, 72% des Canadiens ayant fait au moins un voyage d'une nuit ou plus en 1992[4] pour un motif autre que les affaires. Toutefois, les Canadiens en voyage participent à des activités culturelles à des degrés très variables, la probabilité augmentant avec l'éloignement.

En quête de dépaysement culturel

Les Canadiens voyagent surtout au pays. Par conséquent, la majorité des voyages-personnes comportant une manifestation culturelle sont au Canada. En 1992, ce fut le cas de 2,8 millions de voyages-personnes au pays.

Pour les voyages aux États-Unis et outre-mer, les chiffres correspondants s'établissent à 1,6 million et à 787 000 respectivement.

Il en va tout autrement en pourcentage du nombre total de voyages effectués. Pas moins d'un voyage-personne outre-mer sur quatre comporte une manifestation culturelle, contre 8% de ceux aux États-Unis et 3% seulement de ceux au pays.

Pour ce qui est des destinations outre-mer, les Canadiens en voyage en Afrique sont proportionnellement plus nombreux à assister à des manifestations culturelles (figure 1). Vient ensuite l'Europe, en tête en chiffres absolus. Il ne fait aucun doute que le dépaysement culturel est en grande partie la raison pour laquelle de nombreux Canadiens visitent d'autres continents.

Aux États-Unis, la région Atlantique sud (tous les États du littoral au sud du Delaware, le District of Columbia et de la Virginie occidentale) accueille le plus grand nombre de Canadiens. La fréquentation pour ce qui est des pièces de théâtre et des concerts y est aussi plus élevée. Pourtant, en 1992, la proportion de Canadiens ayant assisté à des manifestations culturelles dans cette région n'équivalait qu'au tiers de la proportion correspondante observée à Hawaii.

Au pays, les Canadiens en voyage sont proportionnellement bien plus nombreux à assister à des manifestations culturelles à l'Île-du-Prince-Édouard que dans toute autre province de destination. Un voyageur sur dix profite de son séjour à l'île pour voir un spectacle, par exemple la pièce *Anne aux pignons verts*.

Plus de temps pour la culture?

Une plus grande proportion de voyages outre-mer comporte une manifestation culturelle en partie parce que ces voyages durent souvent plus longtemps que les autres. À mesure qu'augmente la durée du voyage, le nombre d'activités auxquelles on participe augmente généralement aussi.

---

1 *Tous les voyages-personnes d'une nuit ou plus en 1992, et tous les voyages au Canada à au moins 80 km de la maison en 1992, sont étudiés ici.*

2 *Assister à des pièces de théâtre ou à des concerts est loin d'être la seule activité culturelle sur laquelle existent des données, mais la présente analyse ne porte que sur cette activité pour diverses raisons opérationnelles.*

3 *Enquête sociale générale, Statistique Canada, 1992.*

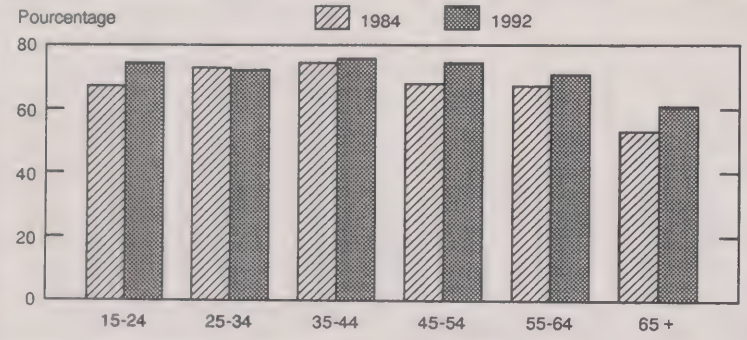
4 *Voyages intérieurs 1992, publication no 87-504 au catalogue de Statistique Canada, p. 40.*

Tableau 4
Variation de la participation aux voyages autres que par affaires d'une nuit et plus, entre 1984 et 1992

Groupes d'âge	Population 15 +	% variation					
		Toutes destinations	Canada	Propre province	Autres provinces	États-Unis	Autres pays
	'000						
Canada	**9,9**	**16,2**	**12,5**	**15,3**	**17,9**	**71,3**	**50,1**
15-19	-7,7	9,0	31,5	9,3	5,5	81,5	69,4
20-24	-17,5	-12,2	-13,1	-14,3	-12,0	37,3	29,7
25-34	5,2	3,5	-2,5	1,0	7,6	50,1	63,0
35-44	27,1	31,7	29,6	32,8	31,3	92,2	13,7
45-54	25,4	35,2	31,7	38,6	38,4	73,9	82,5
55-64	3,5	10,1	4,5	8,4	8,3	83,0	54,8
65-69	20,4	25,3	27,8	25,0	46,7	56,1	2,9
70 +	26,8	58,7	56,4	60,2	68,8	113,6	104,2

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens.

Graphique 6
Taux global de participation aux voyages non par affaires selon le groupe d'âge



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens.

s'établit à 72%, soit au même niveau que la moyenne nationale.

Les baby-boomers voyagent davantage

Comparativement à 1984, 30% plus de personnes dans le groupe d'âge des 35 à 44 ans ont voyagé au moins une fois au Canada en 1992. Durant cette période, la population de ce groupe d'âge a connu une hausse de 27%.

Ce groupe, ainsi que celui des 20 à 24 ans, avaient le plus tendance à voyager à l'intérieur du Canada en 1992. Cependant, cest le seul groupe pour lequel la participation aux voyages, toutes destinations confondues, a diminué de 1984 à 1992.

Les personnes d'âge moyen voyagent plus

En 1992, 15% de la population âgée de 15 ans et plus avaient entre 45 et 54 ans. Leur taux de participation aux voyages s'établissait à 74% cette année-là. Ce groupe de Canadiens est celui qui avait le plus tendance à voyager vers les pays d'outre-mer. Par ailleurs, il partageait, avec le groupe des 35 à 44 ans, le premier rang au titre de la participation aux voyages vers les États-Unis.

Leurs habitudes de voyage reflètent des styles de vie très actifs et leur influence augmentera sûrement à mesure que vieillira la génération des baby-boomers au cours de la prochaine décennie.

Les enfants ayant quitté la maison, les parents élargissent leurs horizons

En 1992, plus de 2,3 millions de personnes étaient âgées de 55 ans à 64 ans, soit 11% de la population de 15 ans et plus. Ce groupe d'âge est peut-être dans une position idéale car son profil révèle que sa situation économique est bonne et qu'il a plus de temps à consacrer aux loisirs.

Leur taux global de voyages était inférieur à celui de tous les autres groupes d'âge, sauf celui des personnes plus âgées (graphique 6). Même si la participation aux voyages intérieurs de ce groupe était inférieure à la moyenne en 1992, il affichait néanmoins une tendance légèrement supérieure à la moyenne nationale à effectuer des voyages interprovinciaux.

Croissance du marché des personnes âgées

En 1992, environ 1,8 million de personnes de 65 ans et plus ont déclaré au moins un voyage de loisirs au Canada, soit 44% de plus qu'en 1984. Ce groupe englobait 14% de la population âgée de 15 ans ou plus en 1992, une hausse 2 points de pourcentage par rapport à 1984. Bien que leur taux de participation aux voyages demeure le plus faible de tous les groupes d'âge, s'établissant à 61% en 1992, il est nettement plus élevé qu'en 1984 et 1990.

Tableau 2
Participation aux voyages non par affaires d'une nuit ou plus, régions métropolitaines de recensement et autres, 1990 et 1992

1990	Population 15 +	Taux de participation					
		Toutes destinations	Canada	Propre province	Autres provinces	États-Unis	Autres pays
	'000				%		
Canada	**20,599**	**70**	**60**	**52**	**23**	**28**	**9**
Régions non-métropolitaines	8,475	70	64	58	22	23	5
Régions métropolitaines dont:	12,124	70	58	48	23	31	12
Montréal	2,371	65	50	42	18	24	13
Toronto	2,793	66	52	45	16	32	15
Vancouver	1,208	75	56	42	24	45	20

1992	Population 15 +	Taux de participation					
		Toutes destinations	Canada	Propre province	Autres provinces	États-Unis	Autres pays
	'000				%		
Canada	**21,183**	**72**	**63**	**56**	**23**	**30**	**8**
Régions non-métropolitaines	8,745	74	68	62	23	26	5
Régions métropolitaines dont:	12,438	70	59	52	23	32	11
Montréal	2,379	64	50	44	16	28	11
Toronto	2,777	66	53	47	18	36	16
Vancouver	1,223	69	52	48	13	39	13

Source: Enquête sur les voyages des Canadiens, totalisations spéciales.

Tableau 3
Comparaison entre les marchés de voyages non par affaires de Toronto, Montréal et Vancouver

	1984	1990	1992	Variation	Variation
	'000	'000	'000	1984/90	1984/92
Toronto					
Population 15 +	2 515	2 793	2 777	11%	10%
Voyageant	1 679	1 838	1 844	9%	10%
Propre province	1 277	1 269	1 295	-1%	1%
Autres provinces	348	458	492	32%	41%
États-Unis	670	889	1 009	33%	51%
Autres pays	317	417	446	32%	41%
Montréal					
Population 15 +	2 269	2 371	2 379	4%	5%
Voyageant	1 448	1 550	1 523	7%	5%
Propre province	1 056	989	1 048	-6%	-1%
Autres provinces	370	428	378	16%	2%
États-Unis	455	574	660	26%	45%
Autres pays	183	310	252	69%	38%
Vancouver					
Population 15 +	1 125	1 208	1 223	7%	9%
Voyageant	701	910	838	30%	20%
Propre province	477	511	589	7%	23%
Autres provinces	214	289	155	35%	-28%
États-Unis	310	538	473	74%	53%
Autres pays	100	246	153	146%	53%

Source: Enquête sur les voyages des Canadiens, totalisations spéciales.

Montréal, le taux de variation des voyages à l'intérieur des frontières de leur province respective est demeuré stable de 1984 à 1992. Cependant, pour les résidents de la région de Vancouver, ce taux a augmenté de 23% durant la même période. La tendance des résidents de ces centres urbains à voyager à l'étranger était supérieure à la moyenne, vraisemblablement en raison des caractéristiques diversifiées de ces personnes et au vaste choix de liaisons aériennes internationales offertes dans ces aéroports.

Rétrécissement de la cohorte des jeunes

En 1992, le Canada comptait 550,000 jeunes de 15 à 24 ans de moins qu'en 1984. Durant la même période, la population canadienne augmentait dans tous les autres groupes d'âge.

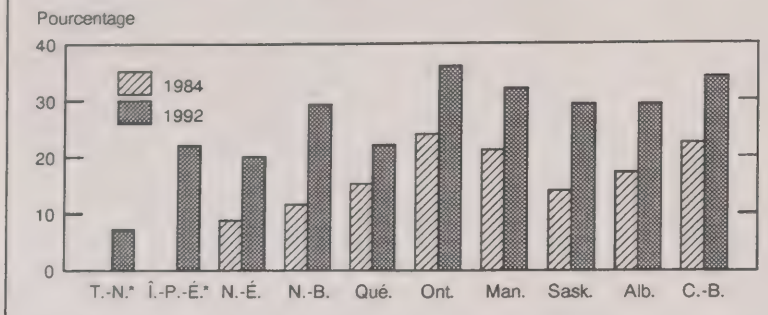
En 1992, 79% des jeunes voyageurs n'ont pas dépassé les frontières de leur province et seulement 31% d'entre eux se sont rendus vers d'autres provinces. Cependant, pour ce qui est des habitudes de voyage des jeunes Canadiens, il semble que ces derniers ont augmenté leur tendance à voyager vers toutes les destinations compte tenu de plus d'opportunités ou de la stagnation des prix des voyages en 1992.

La génération X, le plus important marché de voyages de loisirs

En termes de marché touristique intérieur, un des groupes d'âge les plus importants est celui des jeunes adultes de 25 à 34 ans qui représentent plus de 3 millions de voyageurs en 1992, soit 22% de la population âgée de 15 ans et plus qui a effectué au moins un voyage de loisirs avec nuitées au Canada en 1992.

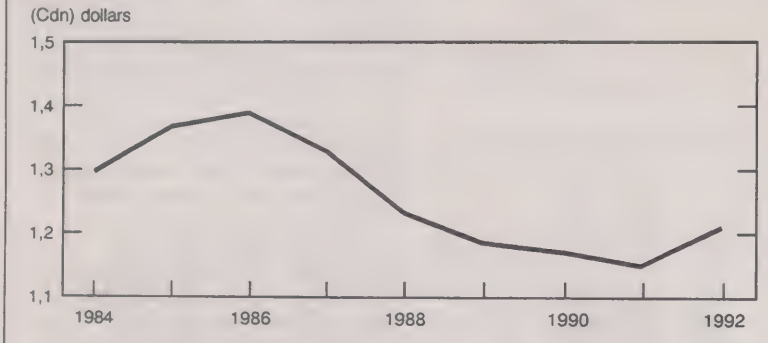
Bien que ce ne soit que légèrement, c'est le seul groupe d'âge pour lequel la participation globale aux voyages a diminué depuis 1984. En 1992, leur taux de participation global aux voyages

Graphique 3
Participation aux voyages non par affaires d'une nuit ou plus effectués aux États-Unis, selon la province de résidence



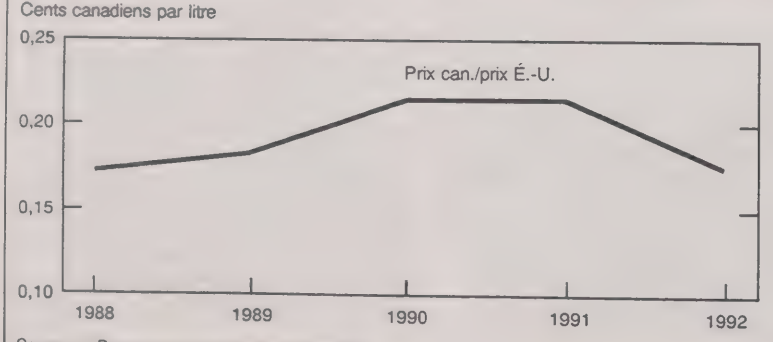
** Observations insuffisantes dans l'échantillon de 1984 pour produire des données fiables.*
Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens.

Graphique 4
Dollars canadiens par unité du dollar É.-U.



Source: Revue de la Banque du Canada.

Graphique 5
Différence entre le prix de l'essence au Canada et aux États-Unis Tous types



Source: Ressources naturelles Canada.

comparativement à une moyenne de 8 % chez les Canadiens de plus de 15 ans.

Le goût du voyage est un phénomène généralisé

En 1990, même si la destination de leur voyage différait (tableau 2), les Canadiens demeurant dans les zones urbaines voyageaient au même rythme que ceux demeurant en dehors des régions métropolitaines. En 1992 cependant, le taux de participation aux voyages des résidents des régions non-métropolitaines a augmenté alors que celui des régions métropolitaines est demeuré stable.

Les Canadiens habitant les régions métropolitaines de recensement affichent encore, en 1992, une tendance supérieure à la moyenne pour les voyages à l'étranger. Toutefois, les Canadiens qui vivent dans des secteurs non urbains étaient plus susceptibles de ne pas dépasser les frontières de leur province.

Toronto, un excellent marché pour les voyages internationaux

Dans l'ensemble, les taux de voyages des Canadiens qui habitent les trois plus importantes régions du pays, soit Toronto, Montréal et Vancouver, sont inférieurs à ceux de la moyenne des régions métropolitaines au Canada (tableau 2). Ces taux sont comparables à ceux de 1990, sauf pour la région de Vancouver où le taux de participation aux voyages est passé de 75% à 69% de 1990 à 1992. L'éventail plus large de possibilités de loisirs et de divertissements dans ces villes pourrait expliquer en partie ce phénomène.

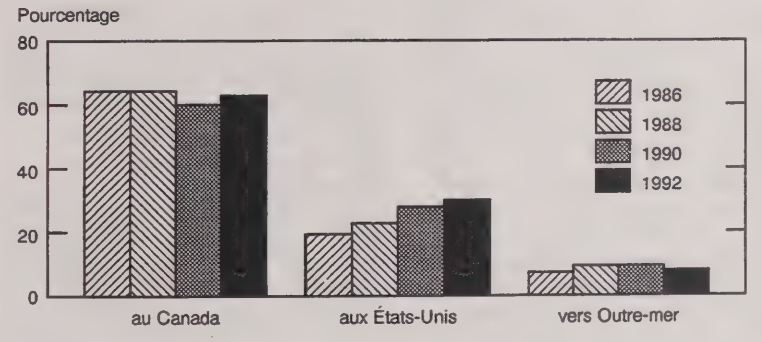
Entre 1984 et 1992, la population de la région métropolitaine de Toronto s'est accrue de 10%, comparativement à 5% pour la région métropolitaine de recensement de Montréal et à 9% pour la région de Vancouver (tableau 3). En dépit de la croissance démographique des centres urbains de Toronto et

Tableau 1
Participation aux voyages non par affaires d'une nuit ou plus, 1984-92

	1984	1986	1988	1990	1992
			'000		
Population (15 +)	**19 274**	**19 715**	**20 020**	**20 599**	**21 183**
Voyageurs:					
Toutes destinations[1]	13 103	13 952	14 225	14 401	15 228
Canada	11 847	12 636	12 854	12 419	13 326
Même province	10 256	10 942	11 196	10 770	11 828
Autres provinces	4 181	4 961	4 937	4 695	4 931
États-Unis	3 656	3 746	4 529	5 678	6 263
Autres pays	1 188	1 384	1 732	1 814	1 783
Taux de participation			%		
Population (15 +)	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Voyageurs:					
Toutes destinations	68	71	71	70	72
Canada	61	64	64	60	63
Même province	53	56	56	52	56
Autres provinces	22	25	25	23	23
États-Unis	19	19	23	28	30
Autres pays	6	7	9	9	8

1 Comme on peut voyager vers plus d'une destination au cours d'une année, la somme est supérieure au total.
Source: Enquête sur les voyages des Canadiens.

Graphique 2
Participation des Canadiens aux voyages non par affaires d'une nuit ou plus selon la destination



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens.

Cette reprise est surtout due à la remontée de la popularité des voyages des Canadiens à l'intérieur de leur province d'origine. La probabilité qu'une personne effectue un voyage dans les limites de la province où elle réside a augmenté par rapport au niveau plancher de 1990, pour se fixer au même niveau qu'en 1988.

Les voyages interprovinciaux n'ont pas suivi cette tendance : 5 millions de résidents canadiens ont déclaré avoir effectué au moins un voyage de ce genre, ce qui représente un taux de participation de 23% en 1992, soit le même taux qu'en 1990.

Trois Canadiens sur dix voyageant au moins une fois durant l'année dans les autres provinces sont d'origine ontarienne. En fait, l'Ontario est la seule province d'origine qui enregistre plus d'un million de voyageurs interprovinciaux. Par ailleurs, en 1992, 28% plus d'Albertains que de Québécois déclaraient au moins un voyage de loisirs avec nuitée dans une autre province.

Voyages de loisirs vers les États-Unis

En 1992, l'EVC révélait qu'il y avait 27% plus de voyageurs Canadiens vers les États-Unis que vers d'autres provinces alors que quatre ans plus tôt, ils étaient 8% de plus à déclarer au moins un voyage vers les autres provinces. L'examen des données depuis 1984 indique que la participation des Canadiens aux voyages vers les États-Unis est sensible au degré de compétitivité du marché. Ainsi, suite à une période de stabilité entre 1984 et 1986, la tendance des Canadiens à voyager aux États-Unis a constamment augmenté depuis 1988 (graphiques 2 et 3). La force du dollar canadien ainsi que l'écart des prix de l'essence entre les deux pays ont certainement contribué à cette montée (graphiques 4 et 5). En 1992, trois Canadiens âgés de 15 ans et plus sur dix déclaraient avoir effectué au moins un voyage de loisir dans ce pays. Ces facteurs sont sûrement à l'origine du changement qui se produit dans le secteur des voyages au Canada.

Les voyages de loisirs vers les autres pays

Les voyages vers les pays d'outre-mer ont aussi acquis de la popularité auprès des Canadiens dans les années 80, mais dans une moindre mesure que les voyages aux États-Unis. On note cependant un léger fléchissement en 1992. C'est auprès des gens âgés de 45 à 54 ans que les voyages de loisirs dans les pays d'outre-mer sont les plus populaires : 13% de cette cohorte ont effectué au moins un tel voyage en 1992,

Complément d'information

L'Enquête sur les voyages des Canadiens (EVC) menée par Statistique Canada a lieu tous les deux ans, lors des années paires. Elle permet de recueillir des renseignements sur les voyages effectués par les Canadiens. Les résultats de l'enquête de 1992 ont fait l'objet d'un article dans l'édition hiver 1994 d'Info-voyages.

Pour obtenir des renseignements sur la population des voyageurs et des non-voyageurs, une série de questions supplémentaires sont ajoutées à la fin de chaque année enquêtée. Ces questions, du style oui ou non, permettent d'estimer le nombre de Canadiens âgés de 15 ans et plus qui, au cours de l'année, ont effectué au moins un voyage de loisirs avec séjour d'une nuit ou plus. Les renseignements demandés portent sur les voyages des Canadiens à l'intérieur de leur pays, aux États-Unis et dans les autres pays.

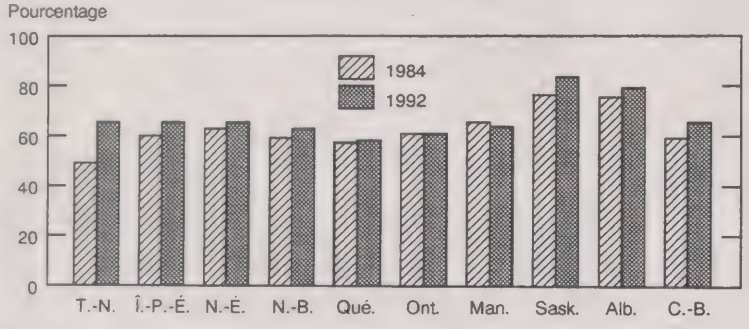
En reliant les résultats aux données socio-économiques de l'EVC, on peut établir un profil des Canadiens qui, durant l'année ont voyagé au moins une fois, pour un motif autre que les affaires, peu importe la destination.

Au moment de la rédaction de cet article, les données de 1994 sur l'Enquête sur les voyages des Canadiens n'étaient pas encore disponibles.

L'éditrice

Graphique 1

Participation aux voyages intérieurs d'une nuit ou plus non par affaires selon la province de résidence



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens.

Remontée du taux de participation aux voyages de loisirs intérieurs d'une nuit et plus

En 1992, 63% des Canadiens âgés de 15 ans ou plus ont fait au moins un voyage de loisirs d'une nuit ou plus au Canada[2] (tableau 1). Même si cela représente une amélioration par rapport aux chiffres de 1990, ce taux demeure inférieur à celui enregistré en 1986.

En fait, la baisse du taux de participation aux voyages d'une nuit ou plus au Canada a coïncidé avec le recul économique, amorcé en 1990. Cette année-là, on enregistrait le plus faible taux de participation des Canadiens aux voyages de loisirs depuis 1984. La reprise du taux de participation du marché intérieur a certes été une bonne nouvelle pour l'industrie touristique canadienne.

[2] *En se fondant sur un échantillon de personnes de 15 ans et plus, dont sont exclues les personnes placées en établissement et les ménages du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest et des réserves indiennes.*

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Éditrice: *Monique Beyrouti*
Téléphone: 613-951-1673
Télécopieur: 613-951-2909

Prix : Canada : 12 $ l'exemplaire, 40 $ par année
États-Unis : 15 $ US l'exemplaire, 48 $ US par année
Autres pays : 17 $ US l'exemplaire, 56 $ US par année

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada
Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

© Ministre de l'Industrie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

N° 87-003 au Catalogue ISSN 0713-2840

Volume 14, Numéro 3

Info-voyages

Prix : Canada : 12 $, 40 $ par année
États-Unis : 15 $ US, 48 $ US par année
Autres pays : 17 $ US, 56 $ US par année

Été 1995

La participation des Canadiens aux voyages de loisirs est en hausse

par Lise Beaulieu-Caron

Lise Beaulieu-Caron est analyste principale. Elle est présentement en affectation à la Division des comptes nationaux et de l'environnement.

Les voyageurs canadiens constituent et demeurent le principal marché touristique des voyages au Canada. A travers le temps, on s'aperçoit que des tendances se dessinent dans les voyages d'une nuit ou plus des Canadiens, effectués à des fins de loisirs . C'est ainsi que le vieillissement de la population, l'évolution des modes de vie, de même qu'une plus grande ouverture au monde sous l'effet du concept du village global, influent sur les habitudes de voyage.

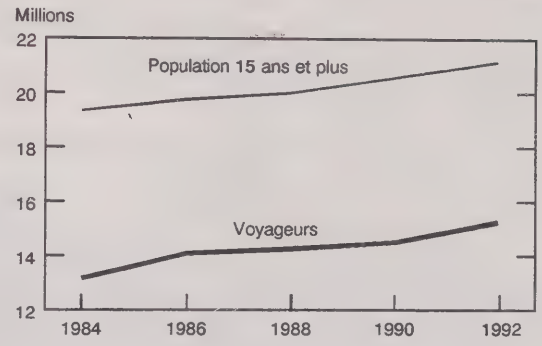
L'Enquête sur les voyages des Canadiens[1] (EVC), est un outil inestimable permettant, entre autres, de suivre l'évolution du marché touristique canadien en comparant les caractéristiques de la population étudiée. Pour les fins de cette analyse, nous examinons, pour la période allant de 1984 à 1992, la participation des Canadiens âgés de 15 ans et plus aux voyages à des fins de loisirs seulement, les caractéristiques de ces voyageurs ainsi que l'évolution de la taille des segments de marchés.

Les Canadiens voyagent plus

De 1984 à 1992, la population active de 15 ans et plus du Canada a connu une croissance de 10%. Durant cette période, la proportion de voyageurs par rapport aux non-voyageurs est passée de 68% à 72%. La popularité des voyages à l'extérieur du pays a considérablement augmenté : 71% plus de participation aux voyages vers les États-Unis et 50% de plus vers tous les autres pays. Ainsi, 30% de la population de 15 ans et plus en 1992 a voyagé aux États-Unis comparativement à 19% en 1984. Si la participation aux voyages intérieurs augmente aussi (graphique 1), elle évolue cependant plus lentement.

[1] *Au quatrième trimestre de l'Enquête sur les voyages des Canadiens, on demande aux répondants s'ils ont fait durant l'année au moins un voyage avec séjour d'une nuit ou plus qui n'était pas un voyage d'affaires.*

Population de 15 ans et plus et voyageurs d'une nuit ou plus non par affaires, Canada, 1984 à 1992



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens.

Touriscope

Dans le présent numéro...

Articles

La participation des Canadiens aux voyages de loisirs est en hausse 1

A l'heure des voyages et du dépaysement culturel. Les activités culturelles des Canadiens en voyage, 1992 7

Tendances

Voyages entre le Canada et les autres pays 10
Compte des voyages internationaux 10
Indice des prix des voyages 11

Indicateurs de touriscope 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue 87-003 ISSN 0713-2840

Government Publications Volume 14, Number 4

Travel-log

Price: Canada: $12.00, $40.00 annually
United States: US$15.00, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00, US$56.00 annually

Autumn 1995

How Well Does the Tourism Industry Know the Canadian Business Traveller?

by Louis Pierre

Louis Pierre is a senior analyst. He is currently on assignment in the Transportation Division.

In 1992, one Canadian traveller in five was making a trip for business purposes in Canada. That same year, such travellers spent a total of $5.7 billion during their trips, accounting for more than a third of expenditures by all Canadians travelling within the country. This represents an average of $392 per overnight person-trip for business trips, as compared to $92 for trips to visit relatives or friends and $137 for leisure trips. In other words, business trips made by Canadians in their own country are a lucrative market for the Canadian tourism industry.

Compared to leisure travel, business travel involves more commercial accommodation, more commercial transportation and more restaurant meals. This explains the importance of expenses incurred during business travel. For example, nearly a quarter of tourists[1] on business trips used air transport in 1992, as compared to only 3% for tourists travelling for reasons other than business. Similarly, tourists travelling for business purposes spent two nights in three at a hotel or motel, as compared to one night in ten for leisure tourists.

This article focuses on the behaviour of Canadian travellers making trips within Canada for business purpose. It also looks at the main characteristics of these travellers according to the industry sector in which they are employed. The analysis shows that there are differences within the business clientele and that it is important for the tourism industry to take these differences into account.

[1] *In this article, the term* **tourist** *is used to designate a traveller who is away from home at least one night.*

Distribution of labour force and of all business trips, by province of destination, 1992

	Labour force	Business trips
	%	%
Province of destination		
Newfoundland	1.7	2.2
Prince Edward Island	0.5	0.3
Nova Scotia	3.0	3.6
New Brunswick	2.4	2.5
Quebec	24.5	16.5
Ontario	38.3	35.0
Manitoba	3.9	4.6
Saskatchewan	3.5	7.0
Alberta	9.9	17.2
British Columbia	12.3	11.1

Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey

Travel-log

In This Issue...

Feature Article

How well does the Tourism Industry Know the Canadian Business Traveller ? 1

Trends

Travel Between Canada and Other Countries 7
International Travel Account 9
Travel Price Index 10

What's New ? 11

Touriscope Indicators 12

LIBRARY OCT 18 1995 University of Toronto

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Measuring Travel and Tourism in Canada

Two surveys conducted by Statistics Canada collect information on travellers and their trip characteristics. The Canadian Travel Survey (CTS) reports on trips made in Canada by Canadians, while the International Travel Survey (ITS) covers international travel between Canada and other countries.

The information collected by these surveys offers the Canadian tourism industry the oppurtunity to examine travel patterns that may influence the tourism services offered in Canada.

The Canadian Travel Survey

The Canadian Travel Survey (CTS) is undertaken during even numbered years as a supplement to Statistics Canada monthly Labour Force Survey. Designed to measure domestic travel flows, this survey is sponsored by the Canadian Tourism Commission and provincial governments.

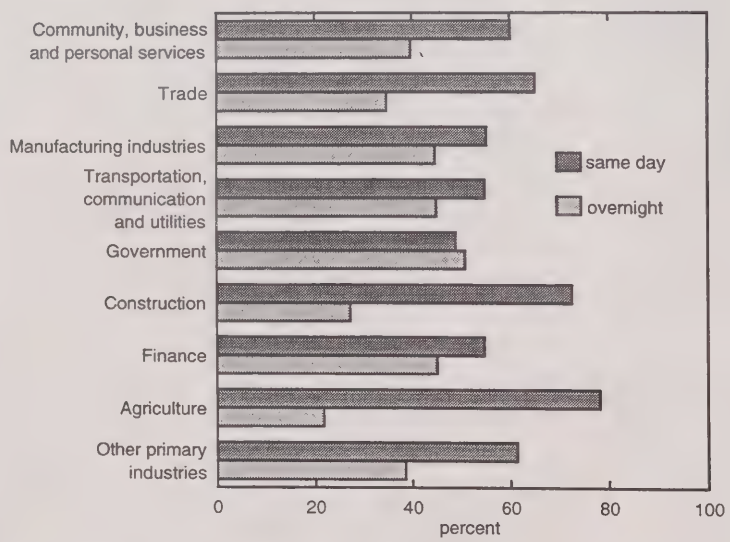
The Canadian Travel Survey remains the best available national estimate of domestic tourism in Canada.

For more information, contact Sylvie Bonhomme, Education, Culture and Tourism Division, Statistics Canada.

Phone: 613-951-1672
Fax: 613-951-2909

Chart 1

Distribution of business trips according to length of trip, by industry sector in which traveller is employed, 1992



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey

Main Expenditures of Business Travellers

Public transportation is the largest expenditure for the business traveller, regardless of their employment sector. Next come commercial accommodation expenditures, along with expenditures on food and beverages. More than

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor: *Monique Beyrouti*
Tel: (613-951-1673)
Fax: (613-951-2909)

Price: Canada: $12.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$15.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00 per issue, US$56.00 annually

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada
Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)
© Minister of Industry, 1995

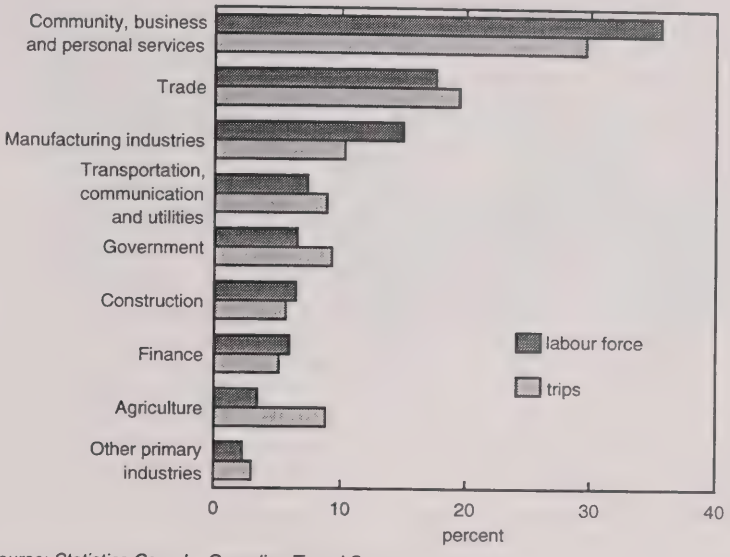
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Chart 2

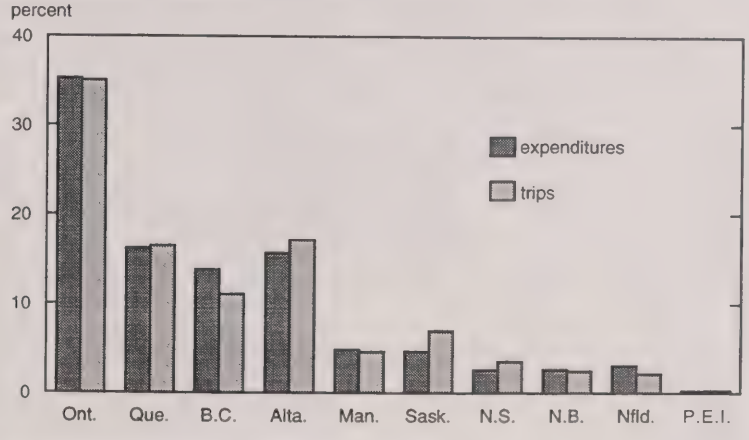
Distribution of labour force and of all business trips, by industry sector in which traveller is employed, 1992



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey

Chart 3

Distribution of all business trips and related expenditures by province of destination, 1992



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey

60% of the $5.7 billion in business travel expenditures is from travellers employed in four industry sectors: trade; manufacturing; business and personal services; and community services.

Distribution by Province

The table on page 1 shows that compared to their share of the labour force, the Western provinces receive proportionally more business travellers. Thus Alberta, with 10% of the Canadian labour force, receives more business travellers (17%) than Quebec, which nevertheless accounts for one quarter of the labour force.

Because of their short duration, all same-day trips take place in the province of residence. With regards to overnight trips, 77% of travellers residing in Ontario make their business trips in their home province, while 13% travel to Quebec. Among Quebecers, the second largest group for this type of travel, 72% remain in their home province while 22% go to Ontario on business. For their part, 71% of Albertans travel for business in their own province, compared to 73% for British Columbia residents.

As for overnight business trips, Ontario receives 30% of business travellers, whereas 38% of the labour force resides there. Moreover it is in Ontario that overnight business travellers spend the most, whereas it is in Quebec that they spend the least.

Traveller's Characteristics

When making overnight trips, business travellers are alone in 92% of cases and to not engage in extraordinary activities, with 55% stating that they did not participate in any activity. The most often reported activity, dining in high quality restaurants, occupies one business traveller in four. By comparison, 18% take the opportunity to visit friends, while 15% go shopping. Only 7% go sightseeing and 8% participate in nightlife and entertainment.

For same-day trips, the proportion of males is 81%, as compared to 75% for overnight trips.

Tables 1, 2 and 3 show the profile of Canadian business travellers as well as certain characteristics of the trips that they take. The reader can refer to these tables throughout the analysis for purposes of comparison with the different industry sectors. Major differences are evident between same-day and overnight business trips.

Table 1

Characteristics of Canadian Business Travellers, 1992

	Total	Same day	Overnight
	%	%	%
Sex	100	100	100
Male	78	81	75
Female	22	19	25
Age Groups	100	100	100
15-24	5	5	4
25-34	29	29	29
35-44	32	31	34
45-54	25	25	24
55 years and over	9	10	9
Educational Attainment	100	100	100
0-8 years	4	4	2
Secondary education with or without diploma	29	33	24
Post-Secondary Education with or without diploma/ certificate	41	41	41
University Degree	26	22	33
Type of Occupation	100	100	100
Managerial and other Professional	49	46	54
Clerical/ Sales/ Service	26	27	25
Manufacturing/ Construction/ Transport	15	15	15
Primary Occupations	10	12	6

Table 2

Characteristics of Canadian Business Trips, 1992

	Total	Same day	Overnight
	%	%	%
Transportation Mode	100	100	100
Automobile	83	92	69
Airplane	12	4	25
Other	5	4	6
Accomodation (person-night)	100	...	100
Hotel	50	...	50
Motel	19	...	19
Home of friends/relatives	12	...	12
Other	19	...	19
Trip Duration	100	100	100
0 night	61	100	...
1 night	15	...	40
2 nights	10	...	27
3 nights	5	...	13
4 nights or more	9	...	20
Activities (multiple counts)			
None	73	85	55
Dining at High Quality Restaurants	10	3	22
Shopping	12	9	15
Nightlife/ Entertainment	4	...	8
Visiting Friends or Relatives	9	4	18

Table 3

Averages for Canadian Business Trips, 1992

	Total	Same day	Overnight
Average Age (15+)	40	40	40
Average one-way distance (km)	345	162	636
Average reported expenditures ($)	194	69	392

Characteristics of travellers according to the sector in which they are employed

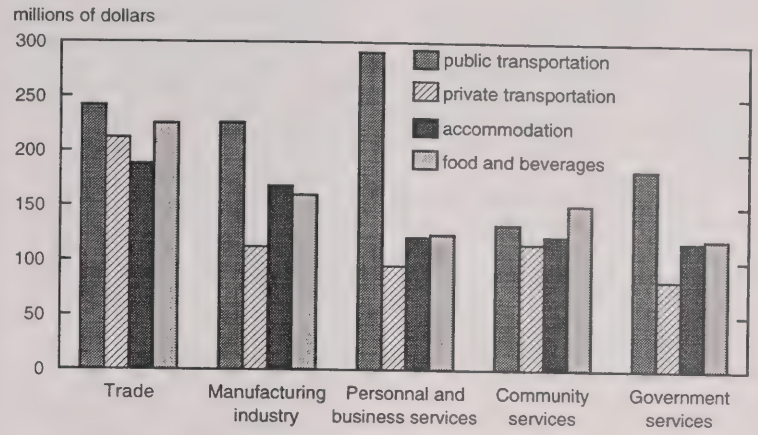
Community services, business services and personal services sector
This sector, which represents 36% of the labour force, accounts for 27% of business travellers' total expenditures. The two main subgroups in this sector are community services and business and personal services.

– Community services
Community services, which include educational services, health care and social services, account for the greatest proportion of women travelling for business, nearly twice the average for all sectors. This is not surprising, since traditionally, more women tend to be employed in community services. In addition, business travellers in community services are the most educated: just over half hold a university degree, with the average for all sectors being 26%. Of these travellers, 14% are attending a conference. This group has the greatest propensity to travel by bus and shows little enthusiasm for car rentals. Of total spending by business travellers, 11% is generated by this group. Business travellers employed in community services should interest the hotel, restaurant and recreational services industries, since proportionally they spend more on these services.

– Business services and personal services
Business travellers in this subgroup are also well-educated; 41% possess a university degree. A sizable proportion (31%) are self-employed. Of the trips taken by these travellers, three out of four originate in Quebec, Ontario or British Columbia, reflecting their representation in the labour force. In terms of expenditures, this group merits special attention from companies providing public transportation, since it provided them with 20% of their total revenues from business travellers. Indeed, 38% of this group's travel expenditures are allocated to public transportation.

Chart 4

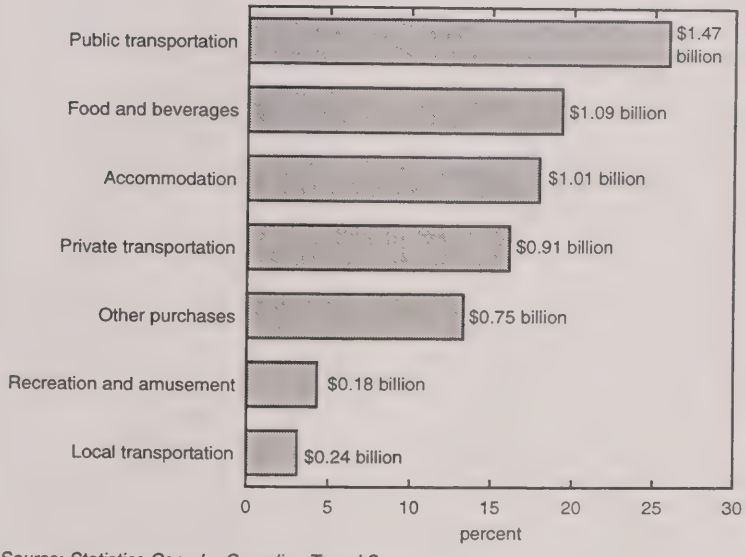
Main expenditures of business travellers employed in selected industry sectors



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey

Chart 5

Redistributed expenditures, by item all business travel, 1992



Source: Statistics Canada, Canadian Travel Survey

Trade sector

This is the largest single group of travellers. It alone accounts for 19% of all revenues generated by domestic business travel by Canadians. This is slightly more than the representation of this group of travellers in the labour force (Chart 2). They travel largely by car (88%) and take the plane in 8% of cases. Automobile expenditures amount to $242 million for business travellers in this sector, while expenditures for public transportation amount to $212 million. Half of those who travel by air rent a car once they reach their destination, representing the highest percentage for any group. Restaurants receive 21% of their total business travel revenues from them, and hotels, 19%. As regards other characteristics, their profile and behaviour are close to the average.

Travellers in the manufacturing sector are big spenders – when they travel, that is!

Business persons in the manufacturing sector travel little (10%) in relation to their representation in the labour force (15%), but nevertheless they account for more than 14% of total expenditures generated by business travel. Their average total expenditures ($271) and their average expenditures for overnight trips ($497) are the second highest. This may be explained by the fact that 45% of their trips involve at least one night and that they travel by air one time in six. Thus, in 1992 they spent $226 million for public transportation. They also rented a car on arrival at their destination in 44% of cases.

For their overnight trips, they constitute a major clientele for hotel services, which receive 17% of their total business travel revenues from them. Their accommodation expenditures amounted to $168 million in 1992. They travel more in P.E.I., Quebec and Ontario.

Transportation, communication and utilities sector:

Air travel is popular

While they represent only 7% of the labour force, persons employed in the transportation, communication and utilities sector generated 11% of total expenditures of business travellers, namely $617 million. Of this amount, 28% was spent for public transportation.

Travellers in this sector spent an average of $430 per person-trip for overnight trips. It should be noted that 41% of them used air transport, which is undoubtedly a factor that contributed to this high average. The average trip distance for travellers in the transportation sector was 1,200 km one-way.

With regard to lodging, two travellers in three in the communication and utilities sector opted for hotel accommodation.

As regards same-day trips, travellers in the transportation sector only, spent an average of $119, the highest average for this type of trip. They travelled by air one time in five and by car in 55% of cases.

Public administration
Longer trips
Persons employed in public administration spent $625 million in the course of their business trips in Canada, or 11% of the total. This represents the same proportion contributed to the total revenues of accommodation services, restaurant services and recreational/ entertainment services. Yet persons in this group represent only 6.5% of the labour force. Half their trips involve at least one night, which is spent at a hotel in one instance out of two. They travelled by air in 19% of their trips. They devoted 29% of their business travel expenditures to public transportation, and 19% each to food and beverages and to accommodation.

Travellers in this sector tend to be fairly well-educated, with 41% of them possessing a university degree. Of these travellers, 28% are women. For these travellers as a group, family income is above average. This sector occupies a place above the national average (9%) in the Atlantic provinces and in British Columbia.

Construction sector:
Shorter trips preferred
Persons employed in the construction sector are not big travellers, and when they travel for business, they spend little: $125 per person-trip. Furthermore, 73% of the trips that they take are completed within one day. When these travellers take overnight trips, 35% spend the night at a hotel and 27% at a motel. In 1992, 6% of business travellers were employed in the construction sector. This group's total contribution to the revenues generated by business travel represents 4% of the total.

Finance sector:
Opening the purse strings
Business trips in the finance, insurance and real estate sector represent $400 million, or 7% of the total. These expenditures are proportional to this sector's share of the labour force (Chart 2).

For their overnight trips, business travellers covered a distance of 952 km one-way and spent $537 per person-trip, the highest average expenditure of any sector. Thus it is not surprising to note that they travelled by air in 38% of their business trips and that a similar percentage rented a vehicle on arrival at their destination. Two nights out of three were spent at hotels.

Business persons in this sector have above-average family incomes.

In British Columbia, one business trip in five was taken by a person employed in this sector.

In 1992, the largest share of the travel budget, namely 36%, was devoted to public transportation.

Agriculture sector:
A different type of traveller
Travellers in the agriculture sector make nearly 9% of all business trips, the same percentage as travellers employed in the public administration. However, they represent only 3% of the Canadian labour force. A sizable proportion of their trips are completed within one day, and their share of spending is only slightly greater than their representation in the labour force. Furthermore, statistics show that two-thirds of these expenditures are related to the use of their vehicles and the purchase of other goods.

Business travellers in the agriculture sector have a profile and behaviour fairly different from those in other sectors. They tend to be slightly older, and they travel shorter-than-average distances (only 183 km) and use their vehicle almost exclusively (in 98% of cases). Their main activity is shopping, but on average they will spend only $95 per person-trip. On the other hand, these business travellers are more likely than others not to travel alone. In any event, in four cases out of five their trips are completed within one day. In the case of overnight trips, these travellers find accommodation with friends or relatives one time in three. With regard to commercial accommodation, they tend to prefer motels to hotels.

Business Travel in the Future

As the data show, business travel in Canada is sizable, as are the revenues that it generates for tourism industries. The major hotel chains, automobile leasing companies, airlines and other tourist services should remain attentive to this clientele.

Industry classification

Agriculture
Agricultural and related service industries.

Other primary industries
Fishing and trapping, logging and forestry services, mining, quarrying and oil well industries.

Manufacturing industries
Durable and non-durable goods. Examples: food and beverages, tobacco, plastic products, textile products, wood, furniture, paper, metal products, transportation equipment, electrical and electronic products, etc.

Construction
Building, developing and general contracting industries, industrial construction, trade contracting industries and services incidental to construction.

Transportation, communication and other utilities
Transportation and storage industries, communication and other utilities (electric power, gas, water systems).

Trade
Wholesale trade and retail trade industries.

Finance, insurance and real estate
Financing intermediary industries (banks, trust companies, loan companies, financing companies, investment companies), insurance and real estate agencies.

Socio-cultural, commercial and personal services
Socio-cultural services include educational, health and social services, amusement and recreational service industries, personal and household service industries, religious organizations and other associations, and other service industries. Commercial and personal services include business services (computer services, accounting, advertising, services of notaries, lawyers, architects, etc.) and the accommodation and restaurant industries.

Government
Government service industries (federal, provincial, territorial, and local governments and international agencies).

On the one hand, both the globalization of markets and the expansion of trade, especially with our neighbours to the south (the United States, Mexico and various countries in South America), could be factors that will serve to increase international business travel and, perhaps, decrease domestic business travel. On the other hand, business vitality and the development of strategic alliances among companies could lead to an increase in business travel in Canada. One way or another, companies which benefit from the economic spin-offs of business travel will have to take these changes into account, along with the various client groups, in order to better meet the latter's needs. These companies would do well to familiarize themselves with the business travel market so as to meet the expectations of this clientele, adapt their services and develop new ones.

Editor's note: The complete profile of each industry sector, drawn from the 1994 CTS is now available on request.



Travel between Canada and other countries

Note to readers

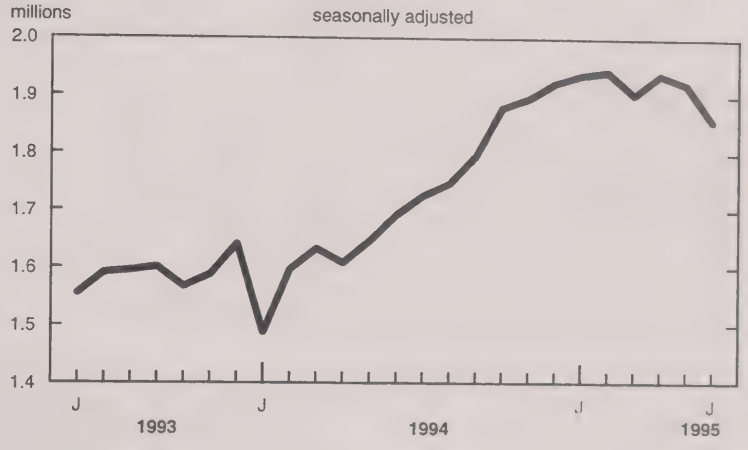
Month-to-month comparisons use seasonally adjusted data (data adjusted for variations that repeat annually and for variability caused by the different volumes of travellers associated with different days of the week).

Year-over-year comparisons use unadjusted data (the actual traffic counts).

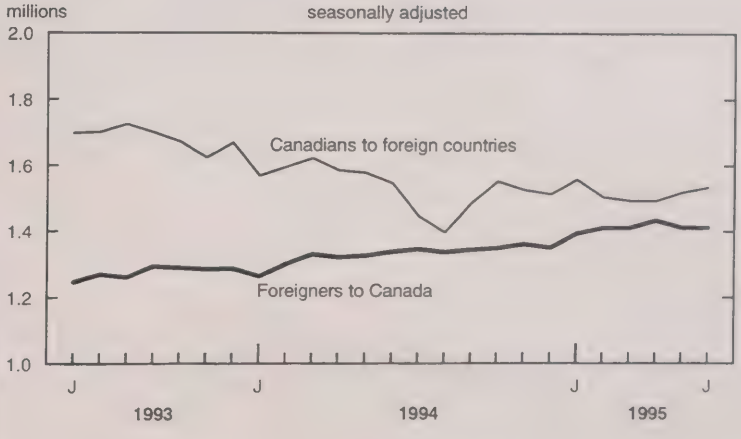
The record number of overseas residents visiting Canada for at least one night continued to inch upward in June. The 0.7% increase in June brought their numbers to 325,000, marginally higher than the previous record set in April. The number of Americans who made overnight trips to Canada was stable, at 1.1 million. In total, 1.4 million foreigners spent at least one night in Canada, unchanged from May. The number of such visits has been increasing since August 1992, after having been relatively constant between late 1986 and mid-1992.

Over time, travellers from countries other than the United States have represented an increasing share of the visitors to Canada. While they accounted for only 5% of foreign overnight visits in 1972, their share now stands at 23%. Since travellers from overseas tend to make longer trips to Canada than Americans – in 1994, the average length of stay was 11 nights compared with 4- the economic impact

Same-day cross-border car trips by Americans decreased by 3.3% in June



Canadians made 1.0% more overnight international trips in June than in May



of an increase in their numbers is significantly greater than that of a comparable rise in the number of American visitors. In 1994, overseas visitors spent an average C$976 per overnight trip, compared with C$350 for Americans.

The United States drew more Canadians for overnight visits

Canadians made 1.5 million overnight trips in June, up 1.0% from May.

The number of Canadians who stayed in the United States for at least one night increased 1.6%, to 1.2 million. After decreasing from late 1991 to March 1995, Canadians' overnight travel to the United States increased in April, May and June.

Canadians made 293,000 overnight trips to overseas destinations in June, a 1.6% decrease from May. Generally, such trips have been increasing since June 1991.

Americans' same-day cross-border car trips decreased

In June, Americans made 1.9 million same-day cross-border car trips, down 3.3% from May. Nonetheless, the trend in cross-border car trips by Americans has been climbing since early 1994.

Meanwhile in June, 3.0 million Canadians crossed the border by car and returned the same day, almost unchanged from May. This type of travel, often used as an indicator of cross-border shopping, has been relatively stable since April 1994. The Canadian dollar was worth about US73 cents on average in June.

Same-day cross-border car trips

	Americans to Canada		Canadians to the United States	
	June 1995[p]	June 1994 to June 1995	June 1995[p]	June 1994 to June 1995
	unadjusted			
	'000	% change	'000	% change
Canada	**2,162**	**8.6**	**3,245**	**- 0.8**
Province of entry/re-entry				
New Brunswick	144	4.4	495	- 4.3
Quebec	112	9.3	328	- 5.5
Ontario	1,663	10.9	1,443	- 0.1
Manitoba	36	11.4	59	- 5.0
Saskatchewan	7	- 0.6	23	-17.4
Alberta	14	-17.4	18	- 5.9
British Columbia	181	- 5.0	876	3.1
Yukon	5	2.6	3	- 5.4

[p] *Preliminary figures.*

Travel between Canada and other countries

	April 1995[r]	May 1995[r]	June 1995[p]	May 1995 to June 1995	June 1995[p]	June 1994 to June 1995	January-June 1995 to June 1995	January-June 1994 to January-June 1995
	seasonally adjusted				unadjusted			
	'000			% change	'000	% change	'000	% change
Canadian trips abroad								
Car trips to the United States								
Same-day	3,009	3,043	3,032	-0.4	3,245	-0.8	17,156	-6.8
One or more nights	808	799	806	1.0	746	-2.5	4,090	-6.3
Total trips, one or more nights								
United States[1]	1,206	1,221	1,241	1.6	1,088	-1.1	6,637	-5.2
Other countries	287	298	293	-1.6	228	4.9	1,934	5.6
Travel to Canada								
Car trips to the United States								
Same-day	1,938	1,921	1,857	-3.3	2,162	8.6	9,955	17.2
One or more nights	762	740	746	0.8	1,081	5.1	3,305	5.2
Total trips, one or more nights								
United States[1]	1,109	1,091	1,088	-0.3	1,617	6.2	5,033	5.9
Other countries[2]	324	323	325	0.7	483	12.3	1,481	13.8

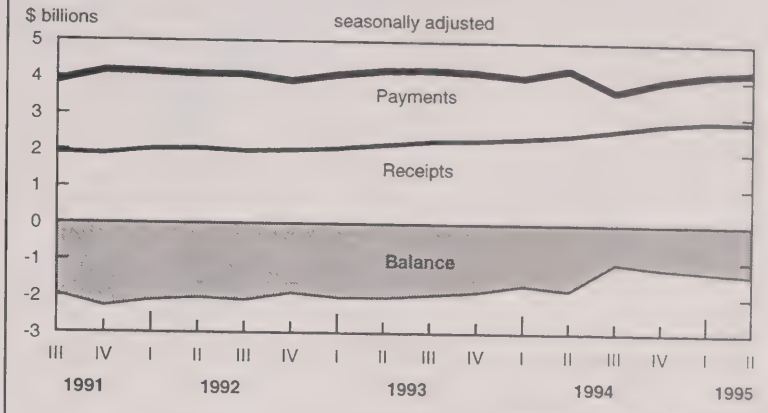
[1] *Estimates for the United States include counts of cars and buses, and estimated numbers for planes, trains, boats and other methods.*
[2] *Figures for "other countries" exclude same-day entries by land only, via the United States.*
[p] *Preliminary figures.*
[r] *Revised figures.*

International Travel Account

Note to users

Unless otherwise stated, the data used are seasonally adjusted.

Travel account deficit grew as Canadians spent more abroad in the second quarter of 1995



The deficit in the international travel account increased 6.4% in the second quarter of 1995 despite continued record spending in Canada by visitors from overseas. Canadians travelling outside the country spent $1.4 billion more than foreign visitors spent in Canada. Even with this increase, however, the travel account deficit remained substantially lower than the $2.3 billion reached in the fourth quarter of 1991.

Canadians spent $4.2 billion travelling outside the country, up 1.7% compared with the first quarter. It was the highest level since the second quarter of 1994, when Canadians spent a record $4.3 billion.

Visitors spent $2.9 billion in Canada, unchanged from the first quarter's record amount. Receipts from visitors increased from the fourth quarter of 1992 through the first quarter of 1995.

In 1994, the international travel account deficit represented 25.8% of the current account deficit, down from 27.4% in 1993. That share stood at 31.5% when the international travel account deficit peaked in 1992 at $8.2 billion.

Spending by visitors from overseas hit a record

Spending by visitors from overseas and by Canadians travelling overseas reached unprecedented levels in the second quarter of 1995, with respective increases of 2.4% and 2.1%. Receipts from overseas have reached record levels in the six latest quarters. The upward trends in overseas receipts and payments, which emerged in mid-1991, reflect the growing numbers of travellers between Canada and overseas countries.

Canadians travelling overseas continued to outspend visitors from countries other than the United States, resulting in a deficit of $381 million in the second quarter.

Deficit with the United States increased

Canada's balance of payments in international travel was still driven primarily by travel to and from the United States. In the second quarter, increased spending by Canadians travelling in the United States and decreased spending by Americans visiting Canada pushed the travel account deficit with the United States up 8.6%. Nevertheless, this deficit ($987 million) was well below the peak reached in the fourth quarter of 1991 ($1.9 billion). At that time, the Canadian dollar stood at US88 cents, compared with US73 cents in the second quarter of 1995.

Canadians' spending in the United States increased for the third consecutive quarter (+1.5% to $2.6 billion). Meanwhile, outlays by Americans travelling in Canada ($1.6 billion) decreased 2.4% from the first quarter.

For further information on this release, contact Ruth Martin (613-951-1791), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.

International travel receipts and payments

	First quarter 1994	Second quarter 1994	Third quarter 1994	Fourth quarter 1994	First quarter 1995 r	Second quarter 1995 p	First quarter 1994	Second quarter 1994	Third quarter 1994	Fourth quarter 1994	First quarter 1995 r	Second quarter 1995 p
	seasonally adjusted[1]						unadjusted					
	$ millions						$ millions					
United States												
Receipts	1,371	1,363	1,428	1,573	1,643	1,604	692	1,422	2,586	1,034	843	1,640
Payments	2,581	2,662	2,183	2,398	2,552	2,590	2,778	2,889	2,194	1,963	2,765	2,836
Balance	-1,210	-1,299	-755	-826	-909	-987	-2,086	-1,467	392	-929	-1,922	-1,196
All other countries												
Receipts	994	1,085	1,178	1,203	1,230	1,259	480	1,142	2,140	698	590	1,325
Payments	1,460	1,598	1,489	1,578	1,606	1,640	1,577	1,497	1,696	1,355	1,704	1,559
Balance	-467	-513	-310	-375	-377	-381	-1,097	-355	444	-657	-1,114	-234
Total, all countries												
Receipts	2,364	2,448	2,606	2,776	2,873	2,862	1,172	2,564	4,726	1,732	1,433	2,965
Payments	4,041	4,260	3,672	3,976	4,159	4,230	4,355	4,386	3,890	3,318	4,469	4,395
Balance	-1,677	-1,812	-1,065	-1,201	-1,286	-1,368	-3,183	-1,822	836	-1,586	-3,036	-1,430

[1] *Seasonnally adjusted data may not add to totals due to rounding.*
p *Preliminary figures.*
r *Revised figures.*

Travel Price Index, Second Quarter, 1995

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used when travelling in Canada. Price movements are taken from detailed Consumer Price Index (CPI) series.

In the second quarter of 1995, the price of goods and services in the travel price index basket was 4.0% higher than in the same quarter of last year. Compared to the previous quarter, the TPI rose 1.7% in the second quarter of 1995.

Most components of the TPI rose between the first and the second quarter of 1995. Thus traveller accommodation rates registered an increase – in part seasonal – of 4.5%, while rates for renting or leasing automotive vehicles rose 2.5%. The cost of operating automotive vehicles edged up 3.3%. However, during the same period, the price of inter-city transportation remained stable.

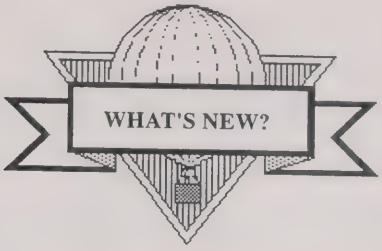
By comparison, overall prices for goods and services, as measured by the Consumer Price Index (CPI), increased 0.7% in the second quarter of 1995 over the previous quarter.

A technical report on the Travel Price Index is available from the Travel, Tourism and Recreation Section at (613) 951-1673.

Travel Price Index, Not Seasonally Adjusted, 1986 = 100

Year	Quarters				Annual Average
	1st	2nd	3rd	4th	
1990	116.3	118.5	123.4	124.3	120.6
1991	129.2	129.6	131.6	128.9	129.8
1992	128.4	129.7	133.2	131.7	130.8
1993	132.6	132.9	136.0	134.4	134.0
1994	133.4	134.5	139.7	137.7	136.3
1995	137.4	139.8			

Source: Education, Culture and Tourism Division.



Characteristics of International Travellers, 1st Quarter 1995

In August 1995, Statistics Canada released first quarter 1995 estimates for the characteristics of international travellers between Canada and other countries.

The data pertains to age group, purpose of trip, activities, etc. of Canadians who travel abroad, as well as residents of the United States and other countries who travel to Canada.

Contact Ruth Martin (613-951-1791), Education, Culture and Tourism Division.

Characteristics of Domestic Travellers, 1994

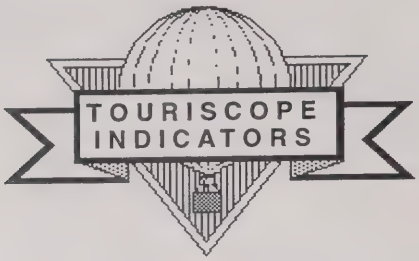
The results of the 1994 Canadian Travel Survey were released in September 1995 and data can be obtained on request.

Contact: Sylvie Bonhomme (613-951-1672), Education, Culture and Tourism Division.

Services Indicators, Catalogue Number 63-016, Quarterly

Services indicators is a quaterly publication that profiles the communications, business services and finance, insurance and real estate sectors. It presents statistics related to key economic indicators, finances, employment, salaries and ouput.

Contact Deborah Sussman (613-951-2582), Services, Science and Technology Division.



		Second Quarter 1995	% Change	
			Previous Quarter	Previous Year
VISITORS TO CANADA				
From United States	T	9,678	62.2	9.8
Overnight visits(p)	T	3,463	120.7	4.9
By auto	T	2,294	126.9	4.6
From Overseas	T	1,135	135.0	13.8
Overnight visits(p)	T	1,040	135.9	13.2
Top Seven Countries				
Japan	T	149	101.5	20.7
United Kingdom	T	173	158.2	9.3
France	T	115	167.4	-2.7
Germany	T	109	158.6	18.9
Hong Kong	T	42	65.2	36.0
Australia	T	36	82.2	6.1
The Netherlands	T	31	246.6	20.9
CANADIENS OUTSIDE CANADA				
To United States	T	13,356	21.5	-2.1
Overnight visits(p)	T	3,571	16.5	-4.0
By auto	T	2,374	38.3	-4.5
To Overseas	T	781	-32.3	4.1
INDUSTRY SECTOR				
Airline Passengers (Level I)	T	5,126	12.2	6.1
Airline passenger-km (Level I)	M	12,190	15.0	7.4
Inter-city bus passengers*		–	–	–
Restaurant receipts*		–	–	–
PRICES				
1986 = 100 (not s.a.)				
Travel Price Index		139.8	1.7	4.0
Consumer Price Index		133.6	0.8	2.7
Restaurant meals		141.7	0.6	2.1
Inter-city transportation		145.1	0.0	4.5
Gasoline		127.4	8.1	9.2
ECONOMIC				
Gross Domestic Product, I986 prices (s.a.)	M	540,382	-0.2	2.1
Amusement and recreation	M	5,018	1.8	11.2
Accommodation and food services	M	11,857	1.1	1.9
Personal disposable income per capita (s.a.)		17,363	-0.2	2.2
LABOUR FORCE				
Labour force (s.a.)	T	14,914	-0.1	0.7
Unemployed	T	1,420	-1.6	-9.8
Employed	T	13,493	0.1	2.0
Accommodation and food services (not s.a.)	T	857	4.8	4.9
EXCHANGE RATES				
In Canadian dollars:				
American Dollar		1.3713	-2.5	-0.8
British Pound		2.1901	-1.6	5.3
Japanese Yen		0.0163	10.8	21.3
German Mark		0.9825	3.1	18.0
French Franc		0.2792	2.4	14.7

(M) Millions. (T) Thousands. (s.a.) seasonally adjusted. (p) preliminary.
* *New Survey - Results not available yet.*



		Deuxième trimestre 1995	Variation en %	
			Trimestre précédent	Année précédente
VISITEURS AU CANADA				
Des États-Unis	T	9 678	62,2	9,8
Visites d'une nuit et plus(p)	T	3 463	120,7	4,9
Par auto	T	2 294	126,9	4,6
Des pays d'outre-mer	T	1 135	135,0	13,8
Visites d'une nuit et plus(p)	T	1 040	135,9	13,2
Les sept pays les plus populaires				
Japon	T	149	101,5	20,7
Royaume-Uni	T	173	158,2	9,3
France	T	115	167,4	-2,7
Allemagne	T	109	158,6	18,9
Hong-Kong	T	42	65,2	36,0
Australie	T	36	82,2	6,1
Pays-Bas	T	31	246,6	20,9
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA				
Aux États-Unis	T	13 356	21,5	-2,1
Visites d'une nuit et plus(p)	T	3 571	16,5	-4,0
Par auto	T	2 374	38,3	-4,5
Outre-mer	T	781	-32,3	4,1
INDUSTRIE				
Trafic voyageurs aériens (niveau I)	T	5 126	12,2	6,1
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I)	M	12 190	15,0	7,4
Trafic voyageurs par autocar (interurbain)*		–	–	–
Recettes des restaurants*		–	–	–
PRIX				
1986 = 100 (non dés.)				
Indice des prix des voyages		139,8	1,7	4,0
Indice des prix à la consommation		133,6	0,8	2,7
Aliments achetés au restaurant		141,7	0,6	2,1
Transport interurbain		145,1	0,0	4,5
Essence		127,4	8,1	9,2
ÉCONOMIQUE				
Produit intérieur brut, aux prix de 1986 (dés.)	M	540 382	-0,2	2,1
Divertissements et loisirs	M	5 018	1,8	11,2
Hébergement et restauration	M	11 857	1,1	1,9
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)		17 363	-0,2	2,2
TRAVAIL				
Population active (dés.)	T	14 914	-0,1	0,7
Chômeurs	T	1 420	-1,6	-9,8
Personnes occupées	T	13 493	0,1	2,0
Hébergement et restauration (non dés.)	T	857	4,8	4,9
TAUX DE CHANGE				
En dollars canadiens:				
Dollar des États-Unis		1,3713	-2,5	-0,8
Livre sterling		2,1901	-1,6	5,3
Yen du Japon		0,0163	10,8	21,3
Mark de l'Allemagne		0,9825	3,1	18,0
Franc de France		0,2792	2,4	14,7

(M) Millions. (T) Milliers. (dés.) désaisonnalisées. (p) préliminaires.
* Nouvelle enquête - Résultats non disponibles.

Cependant, durant la même période, le prix du transport interurbain est demeuré stable.

Comparativement, le coût de tous les biens et services, tel que mesuré par l'Indice des prix à la consommation (IPC), augmentait de 0,7% au second trimestre de 1995 par rapport au trimestre précédent.

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613)951-1673.

Indice des prix des voyages, non désaisonnalisée 1986 = 100

Année	Trimestres				Moyenne annuelle
	1er	2e	3e	4e	
1990	116,3	118,5	123,4	124,3	120,6
1991	129,2	129,6	131,6	128,9	129,8
1992	128,4	129,7	133,2	131,7	130,8
1993	132,6	132,9	136,0	134,4	134,0
1994	133,5	134,5	139,6	137,7	136,3
1995	137,4	139,8			

Source: Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.



Caractéristiques des voyageurs internationaux au 1e trimestre de 1995

Statistique Canada a annoncé en août 1995, la disponibilité de données provisoires portant sur les caractéristiques des voyageurs internationaux entre le Canada et les autres pays au premier trimestre de 1995.

Ces données portent sur les groupes d'âge, buts de voyage, activités, etc. des Canadiens ayant voyagé à l'étranger de même que des résidents des États-Unis et des autres pays ayant voyagé au Canada.

Communiquez avec Ruth Martin au (613) 951-1791, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Caractéristiques des voyageurs domestiques, 1994

Les résultats de l'Enquête sur les voyage des Canadiens ont été relâchés en septembre 1995. Les données sont disponibles sur demande.

Communiquez avec Sylvie Bonhomme au (613) 951-1672, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Indicateurs des services, numéro 63-016 au catalogue, trimestriel

La publication trimestrielle intitulée Indicateurs des services trace le profil du secteur des communications, du secteur de la finance, des assurances et des affaires immobilières et du secteur des services aux entreprises. Elle présente des statistiques concernant les principaux indicateurs économiques, la finance, l'emploi, les rénumérations et la production.

Communiquez avec Deborah Sussman au (613) 951-2582, Division des services, des sciences et de la technologie.

Les visiteurs ont déboursé 2,9 milliards$ au Canada, le même montant que le record du trimestre précédent. Les recettes totales de l'étranger ont augmenté du quatrième trimestre de 1992 jusqu'au premier trimestre de 1995.

En 1994, le déficit du compte des voyages internationaux représentait 25,8% du déficit du compte courant, inférieur à la proportion de 27,4% en 1993. Lorsque le déficit du compte des voyages internationaux a atteint le niveau sans précédent de 8,2 milliards$ en 1992, cette proportion était alors de 31,5%.

Niveau inégalé des dépenses au Canada des visiteurs d'outre-mer

Les dépenses des visiteurs d'outre-mer au Canada et celles des Canadiens voyageant outre-mer ont atteint des niveaux inégalés au deuxième trimestre de 1995, avec des augmentations de 2,4% et 2,1% respectivement. Les recettes d'outre-mer ont atteint un niveau record au cours des six derniers trimestres. Les tendances à la hausse des recettes et des dépenses, qui sont apparues au milieu de 1991, reflètent le nombre croissant de voyageurs entre le Canada et les pays d'outre-mer.

Les Canadiens qui voyagent vers des destinations autres que les États-Unis continuent d'y dépenser plus que ne le font les visiteurs d'outre-mer au Canada. Le déficit s'est établit à 381 millions$ au deuxième trimestre.

Augmentation du déficit avec les États-Unis

La balance des paiements en voyages internationaux dépend principalement du volume de voyages entre le Canada et les États-Unis. Au deuxième trimestre, l'accroissement des dépenses des Canadiens en voyage aux États-Unis et la diminution des dépenses des Américains au Canada ont causé une hausse de 8,6% du déficit du compte des voyages avec les États-Unis. Malgré cette augmentation, le déficit, qui s'est chiffré à 987 millions$, est bien en-deçà du sommet de 1,9 milliard$ atteint au quatrième trimestre de 1991. A cette époque, le dollar canadien valait 88 cents US comparativement à 73 cents US au deuxième trimestre de 1995.

Les dépenses des Canadiens aux États-Unis ont augmenté de 1,5% pour s'établir à 2,6 milliard$ au deuxième trimestre. Il s'agissait d'une troisième augmentation consécutive. Par ailleurs, les dépenses des Américains (1,6 milliard$) au cours de leurs voyages au Canada ont diminué de 2,4% par rapport au premier trimestre.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Ruth Martin au (613) 951-1791, Section des voyages internationaux, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Recettes et dépenses au compte des voyages internationaux

	1er trimestre 1994	2e trimestre 1994	3e trimestre 1994	4e trimestre 1994	1er trimestre 1995 r	2e trimestre 1995 p	1er trimestre 1994	2e trimestre 1994	3e trimestre 1994	4e trimestre 1994	1er trimestre 1995 r	2e trimestre 1995 p
	données désaisonnalisées[1]						données non désaisonnalisées					
	en millions$						en millions$					
États-Unis												
Recettes	1 371	1 363	1 428	1 573	1 643	1 604	692	1 422	2 586	034	843	1 640
Dépenses	2 581	2 662	2 183	2 398	2 552	2 590	2 778	2 889	2 194	1 963	2 765	2 836
Solde	-1 210	-1 299	- 755	- 826	- 909	- 987	-2 086	-1 467	392	- 929	-1 922	-1 196
Tous les autres pays												
Recettes	994	1 085	1 178	1 203	1 230	1 259	480	1 142	2 140	698	590	1 325
Dépenses	1 460	1 598	1 489	1 578	1 606	1 640	1 577	1 497	1 696	1 355	1 704	1 559
Solde	- 467	- 513	- 310	- 375	- 377	- 381	- 1 097	- 355	444	- 657	-1 114	- 234
Total												
Recettes	2 364	2 448	2 606	2 776	2 873	2 862	1 172	2 564	4 726	1 732	1 433	2 965
Dépenses	4 041	4 260	3 672	3 976	4 159	4 230	4 355	4 386	3 890	3 318	4 469	4 395
Solde	-1 677	-1 812	-1 065	-1 201	-1 286	-1 368	-3 183	-1 822	836	-1 586	-3 036	-1 430

r Données révisées
p Données provisoires
1 Les données désaisonnalisées peuvent ne pas correspondre aux totaux en raison de l'arrondissement.

Indice des prix des voyages, second trimestre de 1995

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés des séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

Au second trimestre de 1995, les voyageurs ont connu une majoration de 4,0% des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix des voyages, comparativement au même trimestre de l'année dernière. Par rapport au trimestre précédent, l'IPV a avancé de 1,7% au deuxième trimestre de 1995.

La plupart des composantes de l'IPV ont connu des hausses de prix entre le premier et le second trimestre de 1995. Ainsi, la hausse, en partie saisonnière, des tarifs de l'hébergement des voyageurs s'élevait à 4,5% et celle de la location de véhicules, à 2,5%. Par ailleurs, le coût de l'utilisation des véhicules a été majoré de 3,3%.

Voyages entre le Canada et les autres pays

	Avril 1995[r]	Mai 1995[r]	Juin 1995[p]	Mai 1995 à juin 1995	Juin 1995[p]	Juin 1994 à juin 1995	Janvier 1995 à juin 1995[p]	Janvier-juin 1994 à janvier-juin 1995
	données désaisonnalisées				données non désaisonnalisées			
	en milliers			variation en %	en milliers	variation en %	en milliers	variation en %
Voyages des Canadiens à l'étranger								
Voyages en automobile aux États-Unis								
Même jour	3 009	3 043	3 032	-0,4	3 245	-0,8	17 156	-6,8
Une nuit ou plus	808	799	806	1,0	746	-2,5	4 090	-6,3
Total des voyages, une nuit ou plus								
États-Unis[1]	1 206	1 221	1 241	1,6	1 088	-1,1	6 637	-5,2
Autres pays	287	298	293	-1,6	228	4,9	1 934	5,6
Voyages au Canada								
Voyages en automobile des États-Unis								
Même jour	1 938	1 921	1 857	-3,3	2 162	8,6	9 955	17,2
Une nuit ou plus	762	740	746	0,8	1 081	5,1	3 305	5,2
Total des voyages, une nuit ou plus								
États-Unis[1]	1 109	1 091	1 088	-0,3	1 617	6,2	5 033	5,9
Autres pays[2]	324	323	325	0,7	483	12,3	1 481	13,8

[1] *Les estimations pour les États-Unis comprennent les entrées par automobile et par autocar, et des estimations pour les arrivées par avion, train, bateau et autres modes.*
[2] *Les données pour les "autres pays" n'excluent que les entrées du même jour par voie terrestre via les États-Unis.*
[p] *Données provisoires*
[r] *Données révisées.*

Compte des voyages internationaux

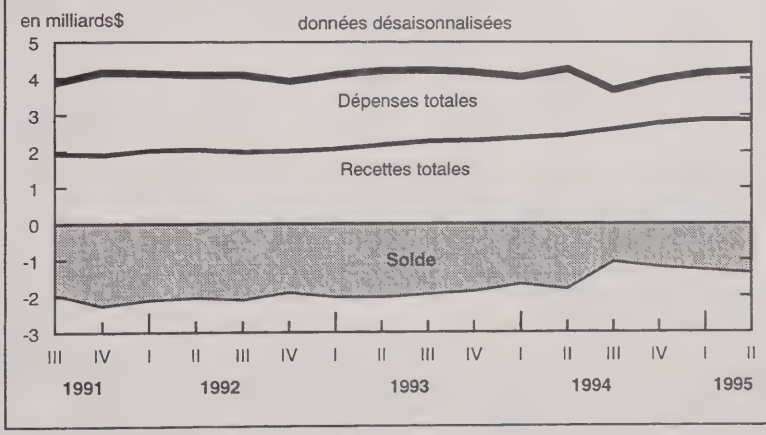
Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données présentées sont désaisonnalisées.

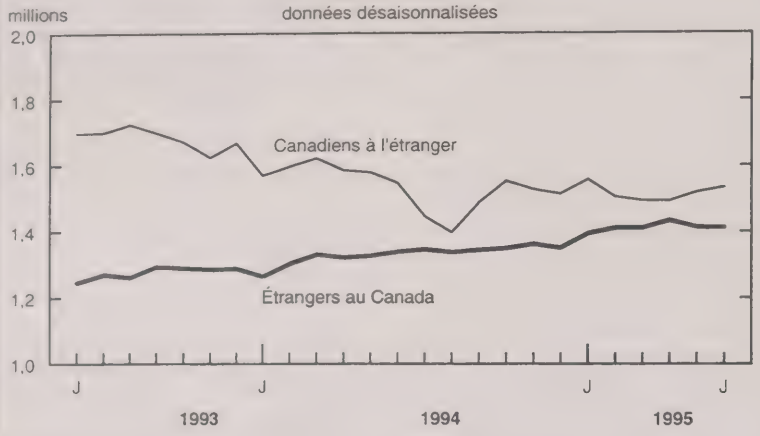
Le déficit du compte des voyages du Canada a augmenté de 6,4% au deuxième trimestre de 1995 en dépit du fait que les dépenses des visiteurs d'outre-mer au Canada aient atteint un autre sommet. Les voyageurs canadiens ont dépensé 1,4 milliard$ de plus à l'extérieur du pays que les étrangers n'ont dépensé au Canada. Même avec cette augmentation, le déficit du compte des voyages demeure beaucoup moins élevé que le niveau de 2,3 milliards$ atteint au quatrième trimestre de 1991.

Les dépenses des Canadiens à l'étranger ont totalisé 4,2 milliards$, une augmentation de 1,7% par rapport au premier trimestre. Il s'agit du montant le plus élevé depuis le deuxième trimestre de 1994, où les dépenses des Canadiens à l'étranger avaient atteint un sommet de 4,3 milliards$.

Le déficit du compte des voyages s'est accru à la suite de l'augmentation des dépenses des Canadiens à l'étranger



Les Canadiens ont fait 1,0% plus de voyages d'au moins une nuit à l'étranger en juin qu'en mai



Voyages transfrontaliers en automobile et de même jour

	Américains au Canada		Canadiens aux États-Unis	
	Juin 1995[p]	Juin 1994 à juin 1995	Juin 1995[p]	Juin 1994 à juin 1995
	données non désaisonnalisées			
	en milliers	variation en %	en milliers	variation en %
Canada	**2 162**	**8,6**	**3 245**	**- 0,8**
Province d'entrée ou de retour				
Nouveau-Brunswick	144	4,4	495	- 4,3
Québec	112	9,3	328	- 5,5
Ontario	1 663	10,9	1 443	- 0,1
Manitoba	36	11,4	59	- 5,0
Saskatchewan	7	- 0,6	23	-17,4
Alberta	14	-17,4	18	- 5,9
Colombie-Britannique	181	- 5,0	876	3,1
Yukon	5	2,6	3	- 5,4

[p] *Données provisoires*

Le nombre record de résidents d'outre-mer visitant le Canada pour au moins une nuit continue sa lente ascension. L'augmentation de 0,7% observée en juin a porté ce nombre à 325 000, en légère hausse comparativement au nombre record enregistré en avril dernier. Le nombre de visiteurs américains qui ont effectué des voyages d'une nuit ou plus au Canada est demeuré stable à 1,1 million. Au total, 1,4 million d'étrangers ont passé au moins une nuit au Canada, le même nombre qu'en mai. Ce genre de voyages est demeuré relativement constant entre la fin de 1986 et le milieu de 1992, puis a commencé à augmenter en août 1992.

Les résidents des pays autres que les États-Unis représentent une proportion de plus en plus grande des visiteurs qui passent au moins une nuit au Canada. Alors qu'elle n'était que de 5% en 1972, cette proportion se situe maintenant à 23%. Puisque les visiteurs d'outre-mer ont tendance à faire de plus longs séjours que les Américains (en 1994, le séjour moyen était de 11 nuits comparativement à 4), l'impact économique d'une augmentation de leur nombre est plus considérable qu'une hausse comparable du nombre de visiteurs américains. Ainsi, en 1994, les visiteurs d'outre-mer ont dépensé 976$CAN par voyage d'une nuit ou plus, comparativement à 350$CAN pour les Américains.

Les États-Unis attirent plus de Canadiens pour des visites d'une nuit ou plus

En juin, les Canadiens ont effectué 1,5 million de voyages d'une nuit ou plus à l'étranger, 1,0% de plus qu'au mois de mai.

Le nombre de Canadiens qui ont séjourné aux États-Unis au moins une nuit a augmenté de 1,6%, pour atteindre 1,2 million. Après avoir diminué de la fin de 1991 au mois de mars 1995, les voyages d'une nuit ou plus des Canadiens aux États-Unis ont augmenté au cours des trois derniers mois.

Les Canadiens ont aussi effectué 293 000 voyages à destination d'outre-mer d'une durée d'une nuit ou plus en juin, une diminution de 1,6% par rapport au mois précédent. Généralement, les voyages d'une nuit ou plus des Canadiens vers des pays d'outre-mer augmentent depuis juin 1991.

Diminution des voyages transfrontaliers de même jour et en automobile des Américains

En juin, les Américains ont effectué 1,9 million de voyages transfrontaliers de même jour et en automobile, 3,3% de moins qu'en mai. Cependant, la tendance de ce genre de voyages est à la hausse depuis le début de 1994.

Par ailleurs, 3,0 millions de Canadiens ont traversé la frontière en automobile et sont revenus le même jour en juin, soit presque le même nombre qu'en mai. Ce genre de voyages, souvent utilisé comme un indicateur clé du magasinage transfrontalier, est relativement stable depuis avril 1994. La valeur du dollar canadien s'est maintenue en moyenne à environ 0,73$US au cours du mois de juin.

Classification des industries

Agriculture
Industries agricoles et de services agricoles.

Autres industries primaires
Industries de la pêche et du piégeage, de l'exploitation forestière et des services forestiers, des mines, des carrières et des puits de pétrole.

Industries manufacturières
Biens durables et non-durables. Exemples: aliments et boissons, tabac, plastique, textile, bois, meubles, papier, métaux, matériel de transport, produits électriques et électroniques, etc...

Construction
Industries des constructeurs, promoteurs et entrepreneurs généraux, de la construction industrielle, des entrepreneurs spécialisés et des services relatifs à la construction.

Transport, communication et autres services publics
Industries du transport et de l'entreposage, des communications et autres services publics (électricité, gaz, aqueduc).

Commerce
Industries du commerce de gros et du commerce de détail.

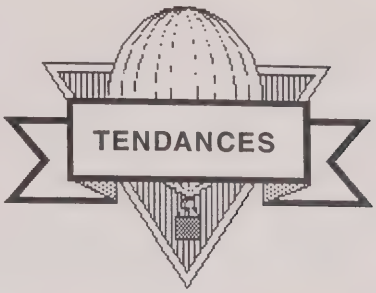
Finance, assurances et immobilier
Industries des intermédiaires financiers (banques, fiducies, sociétés de prêts, de financement et de placement), des agences d'assurances et des services immobiliers.

Services socio-culturels, commerciaux et personnels
Les services socio-culturels comprennent les services d'enseignement, de soins de santé et des services sociaux, les industries de services de divertissement et loisirs, les industries des services personnels et domestiques, les organisations religieuses et autres associations et les autres industries de services. Les services commerciaux et personnels comprennent les services aux entreprises (informatique, comptabilité, publicité, notaires, avocats, architectes, etc...) et les industries de l'hébergement et de la restauration.

Administration publique
Industries des services gouvernementaux (administrations fédérale, provinciales, territoriales et locales et organismes internationaux).

D'une part, la mondialisation des marchés ainsi que la multiplication des échanges commerciaux avec, en particulier, nos voisins du sud (États-Unis, Mexique et autres pays de l'Amérique du Sud) pourraient être des facteurs qui contribueront à augmenter les voyages d'affaires internationaux et diminuer, peut-être, des voyages d'affaires intérieurs. D'autre part, le dynamisme des entreprises ainsi que le développement d'alliances stratégiques entre les entreprises pourraient être à l'origine d'un accroissement des voyages d'affaires au Canada. D'une façon ou d'une autre, les entreprises qui bénéficient des retombées économiques des voyages d'affaires devront tenir compte de ces changements ainsi que des divers secteurs de clientèle afin de mieux répondre à leurs besoins. Ces entreprises se doivent de bien connaître le marché des voyageurs d'affaires pour satisfaire les attentes de ces derniers, adapter leurs services ou en développer de nouveaux.

Note de l'éditrice: Le profil complet de chaque secteur de l'industrie, tiré de l'EVC pour 1994 est maintenant disponible sur demande.



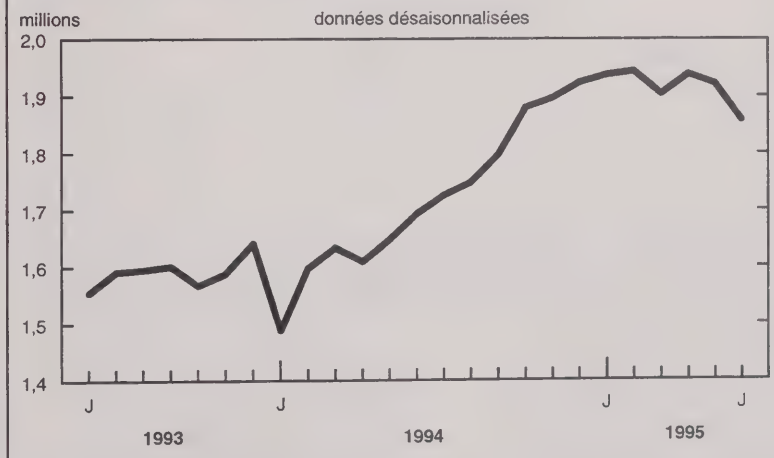
Voyages entre le Canada et les autres pays

Note aux lecteurs

Les comparaisons d'un mois à l'autre en ce qui a trait aux voyages internationaux sont faites à partir des données désaisonnalisées (corrigées pour tenir compte des variations qui se répètent annuellement ainsi que du changement causé par les divers volumes de voyageurs associés à différents jours de la semaine).

Les comparaisons d'une année à l'autre sont fondées sur des données non désaisonnalisées (les chiffres réels du trafic).

Les voyages transfrontaliers des Américains, en automobile et de même jour, ont diminué de 3,3% en juin



Pour leurs voyages avec nuitées, ils constituent une clientèle importante pour les services hôteliers à qui ils fournissent 17% du total apporté par les voyageurs d'affaires. Leurs dépenses d'hébergement atteignaient 168 millions $ en 1992. La représentation de ces voyageurs est la plus forte à l'Île-du-Prince-Édouard, au Québec ainsi qu'en Ontario.

Secteur des transports, des communications et des services publics
L'avion est très apprécié...
Bien qu'ils ne représentent que 7% de la population active, les employés du secteur des transports, des communications et des services publics ont généré 11% des dépenses totales des voyageurs d'affaires, soit 617 millions $. De ce montant, 28% ont été dépensés pour le transport public.

Ils dépensent en moyenne 430$ par voyage-personne pour les voyages avec nuitées. Il faut dire que 41% d'entre eux ont pris l'avion pour se déplacer. C'est certainement un facteur qui contribue à cette moyenne élevée. La distance moyenne parcourue pour les voyageurs du secteur du transport a été de 1 200 km pour l'aller seulement.

Par ailleurs, deux touristes sur trois du secteur des communications et des services publics ont choisi l'hôtel comme type d'hébergement.

Les voyageurs du secteur des transports, seulement, ont dépensé en moyenne 119$ pour leurs voyages de même jour. C'est la moyenne la plus élevée pour ce type de voyage. Ils ont pris l'avion une fois sur cinq et l'automobile dans 55% des cas.

Secteur de l'administration publique
Des voyages plus longs...
Les employés des services gouvernementaux ont dépensé 625 millions $ au cours de leurs voyages d'affaires au Canada, soit 11% du total. Cela représente la même proportion contribuée aux recettes totales des services d'hébergements, des services de restauration ainsi que des services de récréation. Ils ne représentent toutefois que 6,5% de la population active. La moitié de leurs voyages comportent au moins une nuit qu'ils ont passé une fois sur deux à l'hôtel. Ils prenaient l'avion dans 19% de leurs voyages. Ils ont consacré 29% de leurs dépenses de voyages d'affaires aux transports publics et une proportion égale, soit 19%, à l'alimentation et boissons ainsi qu'à l'hébergement.

Les voyageurs de ce secteur sont assez scolarisés puisque 41% d'entre eux possèdent un diplôme universitaire. Dans 28% des cas, il s'agit d'une femme. Le revenu familial de ces voyageurs est au-dessus de la moyenne. Notons que ce secteur d'activité occupe une place plus importante que la moyenne nationale (9%) dans les provinces de l'Atlantique et en Colombie-Britannique.

Le secteur de la construction
On préfère les voyages courts
Les employés du secteur de la construction ne sont pas de grands voyageurs et, lorsqu'il leur arrive de voyager pour affaires, ils dépensent peu, soit 125$ par voyage-personne. D'ailleurs, 73% des voyages qu'ils entreprennent sont du même jour. Pour les voyages avec nuitées, ils passent la nuit à l'hôtel dans une proportion de 35% et au motel dans une proportion de 27%. En 1992, 6% des voyageurs d'affaires étaient employés dans le secteur de la construction. Leur contribution totale aux recettes générées par leurs voyages représente 4% du total.

Le secteur de la finance
On délie les cordons de la bourse
Les voyages d'affaires du secteur des finances, des assurances et de l'immobilier représentent 400 millions $, soit 7% du total. Ces dépenses sont proportionnelles au niveau de la population active de ce secteur (graphique 2).

Pour leurs voyages avec nuitées, les voyageurs pour affaires parcourent en moyenne 952 km pour l'aller seulement et dépensent 537$ par voyage-personne ; il s'agit de la dépense moyenne la plus élevée parmi toutes les industries. On s'en doutera, ils ont pris l'avion dans 38% de leurs voyages d'affaires et ils ont loué un véhicule dans une proportion similaire une fois à destination. Par ailleurs, deux nuits sur trois ont été passées à l'hôtel.

Les revenus familiaux des gens d'affaires de cette industrie sont au-dessus de la moyenne.

En Colombie-Britannique, un voyage d'affaires sur cinq a été entrepris par un employé de ce secteur.

En 1992, la part de dépense la plus importante de leur budget soit 36%, était consacrée au transport public.

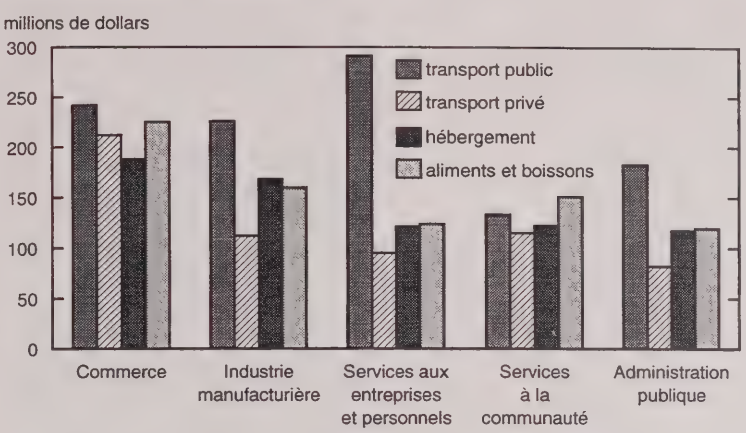
Le secteur de l'agriculture
Un voyageur différent
Les voyageurs du secteur de l'agriculture font près de 9% des voyages d'affaires soit le même pourcentage que les voyageurs employés par le secteur public. Cependant, ils ne représentent que 3% de la population active canadienne. Une forte proportion de leurs voyages a lieu le même jour et la part des dépenses encourues n'est que légèrement supérieure à leur représentation dans la population active. Par ailleurs, les données démontrent que les deux tiers de ces dépenses sont liées à l'utilisation de leurs véhicules et à l'achat d'autres biens.

Le comportement et le portrait du voyageur d'affaires du secteur de l'agriculture sont assez différents des autres secteurs industriels. Il est légèrement plus vieux, parcoure des distances inférieures à la moyenne (seulement 183 km) et utilise strictement son véhicule automobile (98% des cas). Son activité principale sera de magasiner mais il n'aura dépensé que 95$ en moyenne par voyage-personne. Par contre, c'est le voyageur d'affaires le plus enclin à ne pas voyager seul. De toute façon, son voyage aura duré moins d'une journée quatre fois cas sur cinq. Et s'il doit passer la nuit, il trouvera des amis ou des parents pour l'héberger une fois sur trois. En ce qui concerne l'hébergement commercial, il préfère les motels aux hôtels.

Les voyages d'affaires dans le futur
Les voyages d'affaires au Canada ainsi que les revenus qu'ils génèrent pour les industries touristiques sont importants, les données le prouvent. Les grandes chaînes hôtelières, les compagnies de location d'automobiles, les sociétés aériennes et autres services touristiques doivent demeurer attentifs à cette clientèle.

Graphique 4

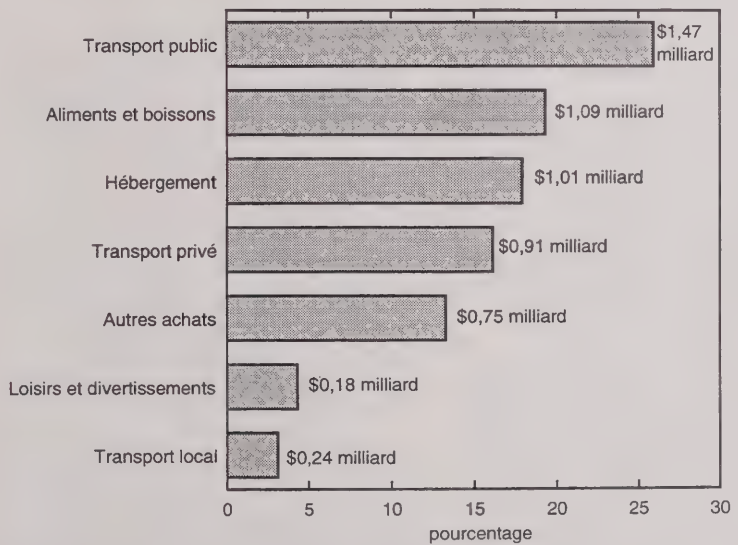
Principales dépenses de tous les voyageurs pour affaires selon certains secteurs d'emplois



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens

Graphique 5

Répartition des dépenses redistribuées, par poste Tous les voyages d'affaires, 1992



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens

– Services aux entreprises et services personnels

Les voyageurs d'affaires de ce sous-groupe sont aussi bien scolarisés ; 41% possèdent un diplôme universitaire. Une proportion importante (31%) travaille à leur compte. De ces voyages, trois sur quatre sont entrepris à partir du Québec, de l'Ontario ou de la Colombie-Britannique soit l'équivalent de leur représentation dans la population active. Au niveau des dépenses, ce groupe devrait faire l'objet d'une attention particulière des compagnies de transport public puisqu'il leur fournit 20% des recettes totales émanant des voyageurs d'affaires. En fait, 38% des dépenses de voyage effectuées par ce groupe sont allouées au transport public.

Secteur du commerce

À lui seul, c'est le groupe le plus important de voyageurs. En effet, à lui seul, il fournit 19% des recettes totales générées par les voyages d'affaires des Canadiens dans leur pays. C'est un peu plus que leur représentation dans la population active (graphique 2). Ils voyagent beaucoup en automobile (88%) et prennent l'avion dans 8% des cas. Les dépenses d'automobile représentent 242 millions $ pour les voyageurs d'affaires de cette industrie, tandis que les dépenses pour le transport public comptent pour 212 millions $. Par ailleurs, la moitié de ceux qui auront pris l'avion auront loué un véhicule automobile une fois rendu à destination, soit le plus fort pourcentage. Ils fournissent aux restaurateurs 21% des recettes provenant de tous les voyages d'affaires et, aux hôteliers, 19%. Pour ce qui est des autres caractéristiques, ils ont un profil et un comportement qui s'apparentent aux moyennes.

Le voyageur du secteur de l'industrie manufacturière dépense beaucoup..... lorsqu'il voyage !

Les gens d'affaires de l'industrie manufacturière voyagent peu (10%)par rapport à leur importance dans la population active (15%) mais sont toutefois à l'origine de plus de 14% des dépenses totales générées par les voyages d'affaires. Leurs dépenses totales moyennes (271$) et leurs dépenses moyennes pour les voyages avec nuitées (497$) sont les deuxièmes plus élevées. Cela s'explique par le fait que 45% de leurs voyages impliquent au moins une nuit et qu'ils prennent l'avion une fois sur six. Ainsi, en 1992, ils ont dépensé 226 millions $ pour le transport public. Ils ont également loué un véhicule automobile une fois à destination dans 44% des cas.

Tableau 1

Caractéristiques des Canadiens voyageant pour affaires, 1992

	Total	Même jour	1 nuit et +
	%	%	%
Sexe	**100**	**100**	**100**
Hommes	78	81	75
Femmes	22	19	25
Groupe d'âge	**100**	**100**	**100**
15-24	5	5	4
25-34	29	29	29
35-44	32	31	34
45-54	25	25	24
55 ans et +	9	10	9
Niveau d'instruction	**100**	**100**	**100**
0-8 ans	4	4	2
Études secondaires avec ou sans diplôme	29	33	24
Études postsecondaires avec ou sans diplôme/certificat	41	41	41
Diplôme universitaire	26	22	33
Profession	**100**	**100**	**100**
Gestions et autres professionnels	49	46	54
Employés de bureau, des ventes et des services	26	27	25
Industries manufacturières, construction et transport	15	15	15
Occupations primaires	10	12	6

Tableau 2

Caractéristiques des voyages pour affaires des Canadiens, 1992

	Total	Même jour	1 nuit et +
	%	%	%
Mode de transport	**100**	**100**	**100**
Automobile	83	92	69
Avion	12	4	25
Autres	5	4	6
Hébergement (nuitées)	**100**	**...**	**100**
Hôtel	50	...	50
Motel	19	...	19
Chez des amis/parents	12	...	12
Autres	19	...	19
Durée du voyage	**100**	**100**	**100**
0 nuit	61	100	...
1 nuit	15	...	40
2 nuits	10	...	27
3 nuits	5	...	13
4 nuits et +	9	...	20
Activité (comptes multiples)			
Aucune	73	85	55
Repas dans de bons restaurants	10	3	22
Magasinage	12	9	15
Vie nocturne/divertissements	4	...	8
Visites d'amis/parents	9	4	18

Tableau 3

Moyennes, voyages pour affaires des Canadiens, 1992

	Total	Même jour	1 nuit et +
Âge moyen (15 ans et +)	40	40	40
Distance moyenne à l'aller (km)	345	162	636
Dépenses moyennes ($)	194	69	392

Par ailleurs, pour les voyageurs de même jour, la proportion des hommes est de 81% comparativement à 75% pour les voyages d'une nuit et plus.

Les tableaux 1, 2 et 3 présentent le profil des voyageurs d'affaires canadiens ainsi que certaines caractéristiques des voyages qu'ils entreprennent. Le lecteur peut y référer tout au long de l'analyse à titre de comparaison avec les différents secteurs de l'industrie. On constate déjà d'importantes différences entre les voyages d'affaires du même jour et ceux avec nuitées.

Caractéristiques des voyageurs selon le secteur d'emploi

Secteur des services à la communauté et services aux entreprises et services personnels

Ce secteur, qui représente 36% de la population active, est à l'origine de 27% des dépenses totales effectuées par des voyageurs d'affaires. Les deux principaux sous-groupes de ce secteur sont les services à la communauté ainsi que les services aux entreprises et services personnels.

– Services à la communauté

Dans les services à la communauté, qui comprennent les services éducatifs, les soins de santé et les services sociaux, on retrouve la plus forte proportion de femmes voyageant pour affaires, soit le double de la moyenne nationale. Ceci n'est guère surprenant puisque traditionnellement, le travail dans les services à la communauté attire plus de femmes. Également, il représente de loin le groupe le plus scolarisé puisqu'un peu plus de la moitié détiennent un diplôme universitaire, la moyenne de tous les secteurs étant de 26%. Les conférences justifient 14% de leurs déplacements d'affaires. Par ailleurs, en voyage, c'est le groupe qui s'accommode le mieux du transport par autobus, et est peu fervent de la location de véhicules automobiles. Ce groupe génère 11% des dépenses totales effectuées par les voyageurs d'affaires. Ces voyageurs devraient intéresser les hôteliers, restaurateurs et services de récréation puisque proportionnellement, c'est eux qui dépensent le plus à ces chapitres.

N° 87-003 au Catalogue ISSN 0713-2840

Volume 14, Numéro 4

Info-voyages

Prix: Canada: 12$, 40$ par année
États-Unis: 15$US, 48$US par année
Autres pays: 17$US, 56$US par année

Automne 1995

L'industrie du tourisme connaît-elle bien le voyageur d'affaires canadien ?

par Louis Pierre

Louis Pierre est analyste principal. Il est présentement en affectation à la Division des transports.

En 1992, un voyageur canadien sur cinq effectuait un voyage pour affaires au Canada. Durant la même année, ces voyageurs déboursaient au total 5,7 milliards de dollars durant leur séjour, soit plus du tiers des dépenses de tous les voyageurs canadiens chez eux. Par voyage-personne d'une nuit et plus, cela représente une moyenne de 392$ par voyage d'affaires comparativement à 92$ pour un voyage de visites chez des parents ou amis et à 137$ pour un voyage d'agrément. C'est dire que les voyages d'affaires effectués par les Canadiens dans leur pays représente un marché lucratif pour l'industrie du tourisme.

Comparativement aux voyageurs de loisirs, les voyageurs pour affaires font davantage appel à l'hébergement commercial, aux moyens de transport commerciaux ainsi qu'à la restauration. C'est ce qui explique l'importance des dépenses encourues lors d'un voyage d'affaires. À titre d'exemple, près du quart des touristes[1] en voyages d'affaires ont utilisé le transport aérien en 1992, comparativement à seulement 3% pour les touristes voyageant pour d'autres raisons que pour affaires. De façon similaire, les touristes voyageant pour affaires ont passé deux nuits sur trois dans un hôtel ou motel contre un sur dix pour les touristes de loisirs.

L'article suivant examine le comportement des voyageurs canadiens séjournant au pays pour affaires. Par ailleurs, on examine les caractéristiques principales de ces voyageurs selon les différents secteurs de l'industrie qui les emploie. On suppose ici que la clientèle qui voyage est différente et que c'est important pour l'industrie du tourisme de consi-dérer ces différences.

[1] *Dans cet article, le terme* **touriste** *est utilisé pour désigner un voyageur séjournant au moins une nuit.*

Répartition de la population active et de tous les voyages pour affaires, par province de destination, 1992

	Population active	Voyages pour affaires
	%	%
Province de destination		
Terre-Neuve	1,7	2,2
Ile-du-Prince-Édouard	0,5	0,3
Nouvelle-Écosse	3,0	3,6
Nouveau Brunswick	2,4	2,5
Québec	24,5	16,5
Ontario	38,3	35,0
Manitoba	3,9	4,6
Saskatchewan	3,5	7,0
Alberta	9,9	17,2
Colombie-Britannique	12,3	11,1

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens

Info-voyages

Dans le présent numéro...

Article de fond

L'industrie du tourisme connaît-elle bien le voyageur d'affaires canadien ? 1

Tendances

Voyages entre le Canada et les autres pays 7
Compte des voyages internationaux 9
Indice des prix des voyages 10

Quoi de neuf ? 11

Indicateurs de touriscope 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue 87-003 ISSN 0713-2840

Volume 15, Number 1

Travel-log

Winter 1996

Travel between Canada and other countries; Then and now...

by Monique Beyrouti

Tourism, a generator of income and employment, is an increasingly significant sector of the Canadian economy. In 1994, receipts generated by foreign travellers alone represented 4.8% of Canada's GNP, whereas in 1985, they represented only 2.8%.

The tourist market has a definite growth potential, but a number of factors such as the exchange rate, economic expansion, the political and economic situation, special events and competition can modify its results. These factors have a significant influence on consumer decision-making with respect to travel and destination.

This article is intended to demonstrate, on the one hand, the decline in overnight trips between Canada and the United States, and on the other, the increase in trips between Canada and overseas during the last decade.

To do this, we use primarily data from the International Travel Survey (ITS) to compare the evolution of travel between Canada and other countries over the past ten years. The ITS provides data on the characteristics of Canadian residents travelling outside Canada and non-residents travelling in Canada.

The first part of this article highlights data on foreigners travelling in Canada, and the second part examines travel abroad by Canadians.

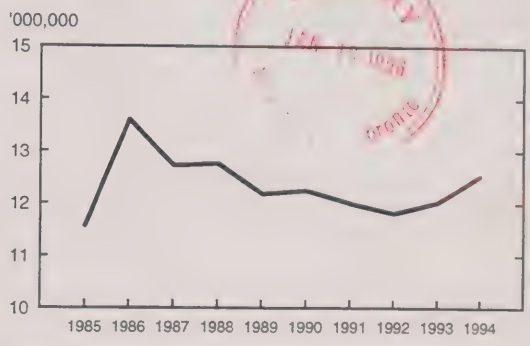
Foreigners travelling in Canada

Despite increased entries into Canada by travellers resident in overseas countries, the Canadian international tourism market has not followed the trend in the rest of the world. In 1994, Canada ranked 12th in terms of international tourist arrivals[1], compared to its 7th place ranking in 1985. The market loss is attributable to fewer visits by Americans entries from the United States.

[1] *Source: World Tourism Organization (WTO)*

Graph 1

Overnight trips by United States residents to Canada, 1985 to 1994



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Travel-log

In This Issue...

Feature Article
Travel between Canada and other countries; Then and now... 1

Announcement
Domestic Travel Expenditures, 1994 6

Trends
Characteristics of International Travellers 7
International Travel Account 8
Travel Price Index 9

What's New? 10

Index 11

Touriscope Indicators 12

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Americans travelling in Canada

The U.S. market, one of the largest in the world, is a vital component of the Canadian tourist industry. In 1986, the year of Expo 86 in Vancouver and uncertainty about personal safety in Europe, the number of trips made by Americans to Canada reached a peak never since equalled. After 1986 however, the number of American travellers decreased regularly until 1993, when a slight increase was registered, followed by another, just barely larger, in 1994. In 1994, Americans devoted 11% of their total international tourist expenditures to trips to Canada, versus 9.6% in 1985.

As a comparison, the average expenditure of a Canadian on an overnight trip to the United States in 1994 was 60.0% higher than in 1985, while the average expenditure of an American in Canada increased only 37.6%[2] during the same period.

Graph 1 highlights the regular decrease in entries from the United States. The modest increases in trips by Americans to Canada in 1993 and 1994 reflect sound economic prospects in the U.S. and the lower value of the Canadian dollar compared to its American counterpart. In addition, during this period, Canada could have been perceived as all the more competitive a destination, with the American dollar having weakened compared to European currencies.

Characteristics of Americans travelling in Canada

Pleasure trips remain Americans' primary reason for travelling in Canada. Of all trip types, expenditures made during pleasure trips have increased the most, i.e. 45% since 1985.

In 1994, residents of New England and the Central Atlantic, Central, North East and Pacific regions made over three-quarters of all American overnight trips to Canada (Table 1).

[2] *Unless otherwise noted, the amounts of money quoted in this article are not adjusted for inflation or exchange rate fluctuations. They are provided for comparison purposes only.*

Table 1

Share of selected trip characteristics of United States residents visiting Canada for one or more nights, 1985 and 1994

Trip Characteristics	Person-trips		Average number of nights	
	1985	1994	1985	1994
	% share			
Region of residence				
New England	12.3	10.5	3.9	3.8
Middle Atlantic	20.3	22.5	4.4	3.5
South Atlantic	7.5	7.5	5.8	4.9
East North Central	25.7	26.8	4.5	3.2
West North Central	9.7	6.1	4.5	4.2
Pacific	16.2	17.2	4.7	4.2
Purpose of trip				
Bus./Conv./Employ.	16.9	14.3	3.7	2.9
Visiting friends/relatives	18.5	18.4	5.7	4.1
Other pleasure, recreation, holiday	60.7	57.5	4.8	4.0
Other	3.9	9.8	16.8	3.6
Trip duration				
1 night	18.5	21.5	1.0	1.0
2 to 6 nights	60.5	62.8	3.4	3.2
7 to 13 nights	16.5	13.1	8.7	8.5
14 to 20 nights	2.9	2.0	15.6	15.6
21 or more nights	1.6	0.7	33.7	29.4

Source: International Travel, Cat. No. 66-201.

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor in Chief: *Monique Beyrouti*
Tel: (613-951-1673)
Fax: (613-951-2909)

Assistant: *Richard G.J. Chrétien*

Price: Canada: $12.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$15.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00 per issue, US$56.00 annually

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

During the study period, the following changes occurred in the regions of origin: a reduction in entries from the Central and North East regions of residence, and increased entries from the Central Atlantic region.

On the other hand, figures demonstrate that U.S. residents stayed an average of a day less in 1994 compared to 1985. A breakdown of the length of overnight stay reveals that the proportion of tourists staying a week or more slid from 21.0% in 1985 to 15.8% in 1994.

Residents of overseas countries travelling in Canada

Contrary to what is happening vis-à-vis the United States, the overseas market is increasing regularly (Graph 2). As an illustration, American travellers accounted for 73.3% of tourist receipts in Canada and 87.5% of all entries by travellers in 1985. Nine years later, these proportions have dropped to 56.3% and 78.4% respectively.

During the same period, the number of travellers from overseas countries increased by 112.6%, with the result that tourist receipts from these countries represented 43.7% of all tourist receipts in Canada in 1994, compared to 26.6% in 1985.

Characteristics of residents of overseas countries travelling in Canada

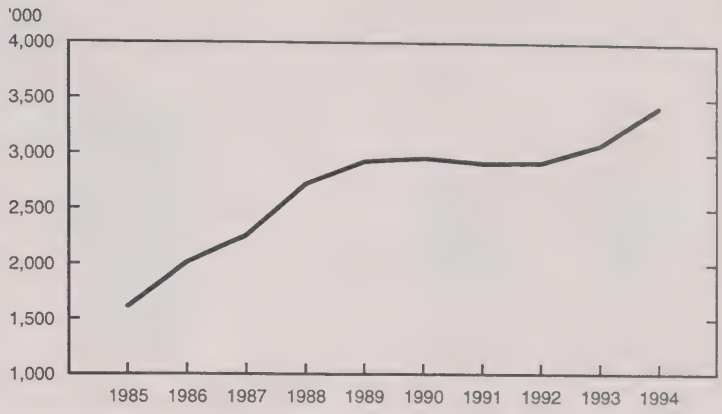
In total, receipts from travellers other than Americans amounted to $3.3 billion in 1994. This amount represents 44% of all receipts from overnight trips. It must, however, be recalled that the countries other than the United States market represent only 23% of foreign visitors arriving in Canada. Nevertheless, because of the longer average stay for the overseas market, receipts are higher.

The average stay of a traveller residing in an overseas country dropped from 14.4 nights in 1985 to 10.9 nights in 1994. In fact, the average duration of stay in Canada fell for all continents and major countries, with the exception of travellers from Central America. On a stay for the primary purpose of visiting relatives or friends, a traveller residing in an overseas country stayed no longer than 14.3 days on average in 1994, six days fewer than in 1985. The average duration of a stay with the primary purpose of pleasure, recreation or holiday decreased by 1.3 days, and a stay with the primary purpose of work was 0.7 days shorter.

The proportion of trips with the primary purpose of pleasure, recreation or holiday more than doubled between 1985 and 1994. A corresponding decrease affected the proportion of business trips, which fell by over 13.0 points. For comparison purposes, Canadians devoted a more significant proportion of their trips outside the country to business during the same period.

Graph 2

Overnight trips by overseas residents to Canada, 1985 to 1994



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Table 2

Shares and change in overnight trips to Canada by residents of selected places, 1985 and 1994

	1985 share	1994 share	change
	%	%	%
United Kingdom	19.5	16.8	83.6
Germany	9.7	10.7	134.6
Japan	9.0	14.0	230.1
France	6.6	11.9	281.6
West Indies	4.7	2.1	-5.2
Australia	4.3	3.4	68.1
Italy	3.4	2.8	73.6
South America	3.2	2.5	70.4
Switzerland	2.8	2.6	98.2
Hong Kong	2.5	3.8	215.1
Mexico	2.3	2.4	121.6

Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Where are they from?

Despite the fact that the proportion of travellers from the United Kingdom dropped to 16.8% in 1994 from 19.5% in 1985 (Table 2), that country remains the primary overseas tourism market with 577,000 overnight travellers to Canada in 1994, and an 83.6% increase in trips since 1985. This market is still strongly based on visits to friends and relatives. Britons spent $484 million in Canada in 1994.

Other travellers are discovering Canada at a faster pace. The French undertook 409,500 overnight trips in 1994, a 281.6% increase over 1985. This market has grown fantastically since 1986. France has come ahead significantly, accounting for nearly 12.0% of overseas visitors entering Canada in 1994, compared to 6.7% in 1985. French visitors to Canada in 1994 spent $411.7 million here; 85.0% of their visits were to Quebec and Ontario.

During the study period, Asia increased its market share by seven points.

Japanese visits to Canada increased by 230.1%. Many Japanese visitors travel in groups, and traditionally visit as tourists. Ninety percent of their visits are to Ontario, British Columbia and Alberta. With expenditures amounting to $549 million, these travellers held first place in 1994 with respect to expenditures in Canada. Their $184.70 average overnight stay expenditure in 1994 was by far the largest.

Germany was the fourth largest overseas market for Canada in 1994. In 1985, 156,500 overnight visitors to Canada came from Germany; in 1994, there were 367,000 of them. When visiting Canada in 1994, a German visitor spent on average $84.30 per night, the same amount as a French visitor.

Canadians travelling outside their country

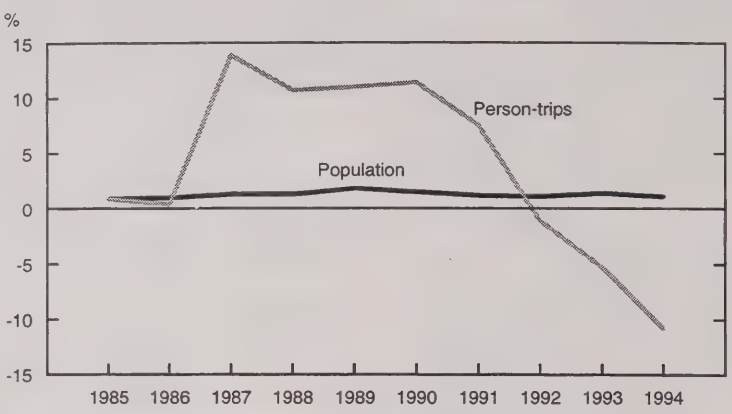
From 1985 to 1994, the number of overnight trips outside the country by Canadians increased by 40.9%. The incidence of overnight trips by Canadians was 63% in 1994, compared to 50% in 1985. A peak of 78% was reached in 1991, when the Canadian dollar achieved its highest level since 1985. Actually, the number of trips by Canadians increased constantly from 1985 to 1991, then began to shrink in 1992 (Graph 3). A decrease in the number of trips to the United States explains the overall drop, since trips to overseas countries reached a historic peak (Graph 4).

Characteristics of Canadians travelling to the United States

There was a strong uptrend in Canadian travel to the United States between 1986 and 1991, due, among other things, to the increased value of the Canadian dollar and a rise in disposable income. Since 1991 however, trips by Canadians to the U.S. have decreased. There are some explanations for this decrease: the Gulf War in early 1991, the subsequent economic recession, and the decline in value of the Canadian dollar compared to its American counterpart during this period.

Graph 3

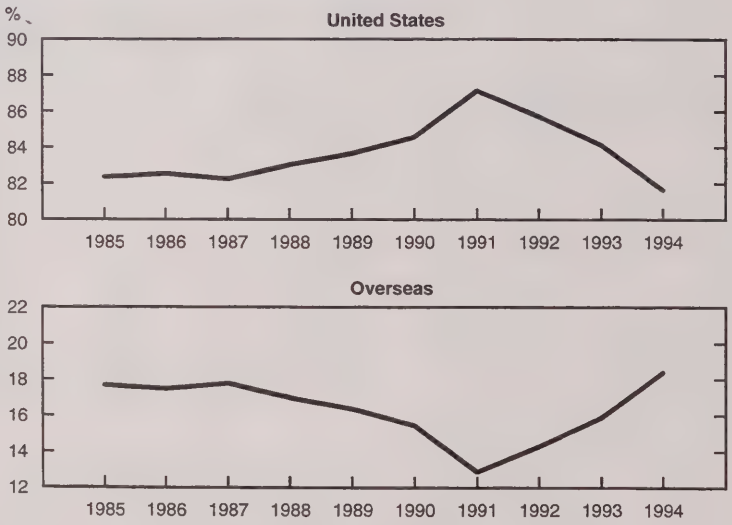
Change in Canadian population and overnight person-trips outside the country, 1985 to 1994



Source: Statistics Canada, International Travel, Cat. No 66-201.

Graph 4

Share of overnight trips by Canadian residents to the United States and overseas, 1985 to 1994



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Ontario continued to be the major source of Canadian travellers to the United States. The province's residents made 48.0% of all overnight trips, up from 43.0% in 1985. Quebec residents ranked second, despite the fact that their

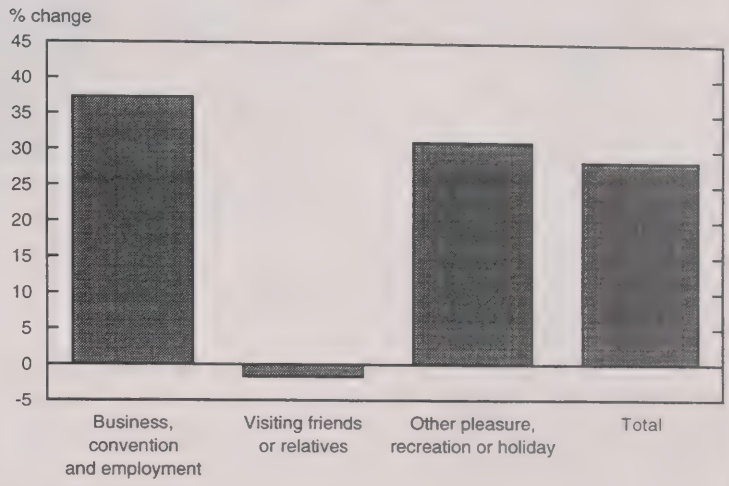
proportion of all trips dropped from 22.0% to 18.0% during the period. British Columbia still ranks third, with a trip share of 17.0%, unchanged since 1985.

Canadians stayed over four days longer on visits to the South Atlantic region, which received a quarter of Canadians' total expenditures in the United States. Length of stay in the East South Central area increased by almost one day. For every other region visited, except Alaska, there was a decline in length of stay.

In 1994, Canadian residents made 2.6 million trips to the United States for the main purpose of visiting friends or relatives. While that was a decrease of only 1.7% (Graph 5) in the number of such trips since 1985, as a proportion of total travel it was a drop of over seven points. The share of every other type of travel (business, pleasure and other) was up compared with 1985.

Graph 5

Change in overnight Canadian trips to the United States by purpose of trip from 1985 to 1994



Source: Statistics Canada, International Travel Survey.

Characteristics of Canadian residents travelling in countries other than the United States

Canadians reduced their travel to Europe by 8.3% between 1985 and 1994. More of them went to Asia and Central America in 1994 than in 1985.

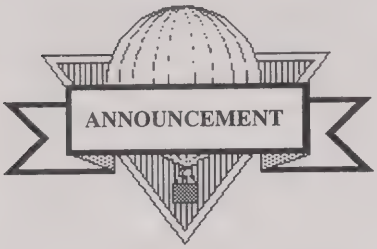
Even though the United Kingdom saw its share of overnight visits by Canadians shrink from 17.0% in 1985 to 15.0% in 1994, it remained the top choice of Canadians travelling overseas. Previously in second place, France fell to third behind Mexico in 1994. However, Canadians continued to spend more in France than in Mexico, partly because they stayed longer.

In 1994, as in 1985, half the Canadians who travelled overseas were Ontario residents. People living in Quebec accounted for 22.0% of all Canadian travellers in 1994, down slightly from 1985. British Columbia's share of overseas travel rose from 11.0% to 14.0% over the same period.

Between 1985 and 1994, trips of more than three weeks as a proportion of total travel by Canadians dropped from 38% to 27%, while the proportion of trips lasting 7 to 13 days increased from 27% to 39%. Thus, Canadians stayed an average of 2.8 days less than in 1985. The percentage of Canadians travelling overseas on business or for pleasure increased (by 5.2 and 3.6 points respectively). Consequently, there was a 6.1 point decline in trips for which the main purpose was to visit relatives or friends.

Overseas visitors represent a growing market for the Canadian tourism sector, as shown in this comparison of international travellers' characteristics for 1985 and 1994. Information gathered to date indicates that this growth is continuing in 1995. A wealth of data on travel by Canadians outside their country and by foreigners in Canada is available from the International Travel Survey.

For further information, contact Ruth Martin, International Travel Section at (613) 951-1791.



Domestic Travel Expenditures, 1994

Note to readers

Data used in the following text is derived from the Canadian Travel Survey, which is a supplement to the Labour Force Survey. The data cannot be compared with previous years because methodological changes in the 1994 survey caused a break in the historical statistical series.

A domestic trip is defined as being of 80 kilometers or more. It must be done by a Canadian and have a Canadian destination.

Figures on the number of travellers are measured as person-trips, that is the number of trips made by one Canadian multiplied by the number of people from the same household who were on each of those trips. If four persons go on a trip together, it counts as four person-trips. The provincial distribution of trips is made according to the main destination.

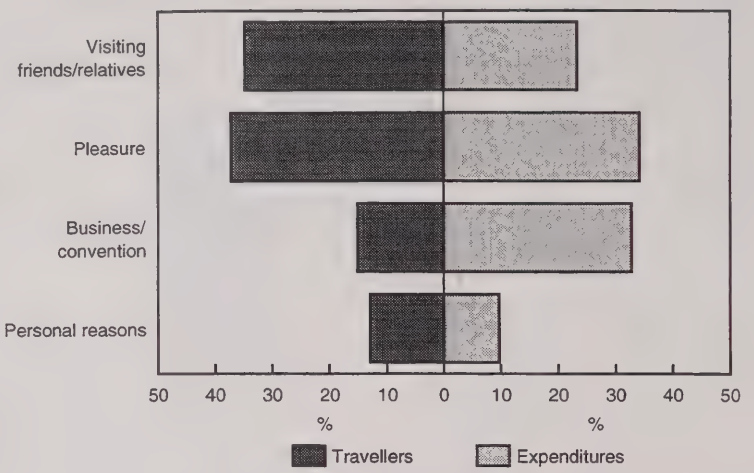
Expenditures reported by travellers cover all travel costs, including transportation, gasoline, accommodation, recreation and entertainment, and food and beverages. When travellers visited more than one province, the expenditures are generally allocated on the basis of the number of nights spent in each province.

In 1994, Canadians spent $4.7 billion travelling in Ontario, more money than in any other province. This sum represents about 30% of the total $15.9 billion in direct business generated by domestic travel.

In terms of net inflows, British Columbia was the big winner. Residents who live outside British Columbia spent $722.8 million in the province in 1994, compared to $486.6 million spent by B.C. residents in other provinces.

That produced a domestic travel expenditures surplus of $236.2 million for British Columbia, more than three times the surplus of Prince Edward Island, which was second highest. Only four provinces – British Columbia, Prince Edward Island, New Brunswick and Quebec – recorded travel surpluses in 1994.

Business travellers generate a third of expenditures with fewer travellers



Domestic travel account balance
1994

	Reallocated expenditures				Travel account balance
	Total spending in this province	Spending by			
		Residents in that province	Residents in another province	Non-residents in that province	
	$ millions				
Newfoundland	382.5	318.0	87.2	64.5	-22.6
Prince Edward Island	149.5	33.4	41.1	116.1	75.0
Nova Scotia	596.3	402.4	241.3	193.9	-47.4
New Brunswick	434.3	257.7	155.9	176.7	20.8
Quebec	3,072.7	2,581.0	491.3	491.7	0.4
Ontario	4,713.7	3,904.6	956.3	809.1	-147.2
Manitoba	673.4	483.6	234.2	189.8	-44.4
Saskatchewan	744.5	545.2	261.2	199.3	-61.9
Alberta	2,353.0	1,728.8	658.9	624.2	-34.6
British Columbia	2,765.1	2,042.4	486.6	722.8	236.2
Canada	**15,910.9**	**12,297.1**	**3,613.8**	**3,613.8**[1]	...

[1] *The Canada total exceeds the sum of the provinces because it includes the Yukon and the Northwest Territories.*
... Figures not appropriate or not applicable.

Ontario registered highest travel expenditures deficit

Even though Ontario led the travel industry in total direct business, it also recorded the highest travel deficit, $147.2 million. However, Ontario residents spent $956.3 million outside the province, a nationwide high, compared to $809.1 million spent in Ontario by residents of other provinces, mainly Quebecers.

Saskatchewan recorded the second highest deficit at $62.0 million.

Balance of travellers entering the province compare to residents travelling outside their province seems to be an important factor explaining expenditure levels. In 1994, four provinces displayed a surplus in the travellers account balance, those same province also showed a surplus in the expenditures travel account.

However, the type of clientele travelling to a province and the type of trips being done by travellers within a specific province may also influences expenditures levels.

Business travellers spend more per trip on average

On average, business travellers spent $228 per trip in 1994 compared to $96 spent by individuals travelling for pleasure. Based on overnight trips alone, the average for business travellers almost doubled to $443.

Although pleasure travellers spent less per trip, they outnumbered business travellers by 2.5 to one. Consequently, Canadians travelling for pleasure within Canada spent $5.4 billion in 1994, accounting for about a third of the $15.9 billion total travel expenditures. That was slighly higher than the $5.2 billion spent by business travellers.

Trips for purpose of visiting friends and relatives and personal trips, such as visit to a doctor, accounted for the remaining 23.3% and 9.7% of total expenditures respectively.

One factor that might explain the high level of spending of business traveller is that they spent more on accommodation and transportation. In 1994, business travellers spent 22.8% of their total budget for accommodation and 27.5% for transportation. The Canadian average was 16% and 16.2% respectively.

About 12% of business travellers flew to their destination, compared to the Canadian average of only 3.5%. More than three-quarters of business travellers stayed in a hotel or motel, compared to the national average of only 25.9%.

For further information on domestic travel, contact Sylvie Bonhomme (Telephone 613-951-1672 or Fax 613-951-2909), Domestic Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.



Characteristics of International Travellers

Second quarter 1995

Notes to users

Spending by foreigners does not include international transportation fares paid to Canadian carriers and spending by Canadians does not include international transportation fares paid to foreign carriers.

Residents of overseas countries made more than one million overnight trips to Canada during the second quarter of 1995, 13% more than in the second quarter of 1994. They spent $1,000 per trip on average, injecting $1 billion into the Canadian economy during the seond quarter of 1995.

The average length of stay of overseas visitors in Canada was, at 11 nights, almost unchanged from the second quarter of the previous two years; they were, however, a day and a half shorter than in the second quarter of 1992.

Americans made more than three times as many overnight trips to Canada (3.5 million) as visitors from overseas but stayed only one third as long on average (3.7 nights). Consequently, their spending per trip was also substantially lower.

Among visitors from countries other than the United States, residents of the United Kingdom most often visited Canada, making 172,000 overnight trips, followed by Japanese with 147,000 trips. However, Japanese tourists outspent the Britons by $360 per trip in the second quarter of 1995 ($1,270 compared to $910).

Pleasure was the main reason for more than half of overseas residents' trips to Canada, followed by visits to friends and relatives (27%) and business trips (19%). Of these groups, business travellers spent the most per trip on average, at $1,200.

Among the provinces and territories, Ontario was the most popular destination for visitors from overseas, receiving 572,000 overnight visits including 105,000 from residents of the United Kingdom, 78,000 from Japan and 55,000 from France.

For further information on statistical profiles and microdata files of characteristics of international travellers, contact Ruth Martin (Telephone 613-951-1791 or Fax 613-951-2909), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.



International Travel Account, third quarter 1995 (preliminary)

Note to users

Unless otherwise stated, data used in this text are seasonally adjusted.

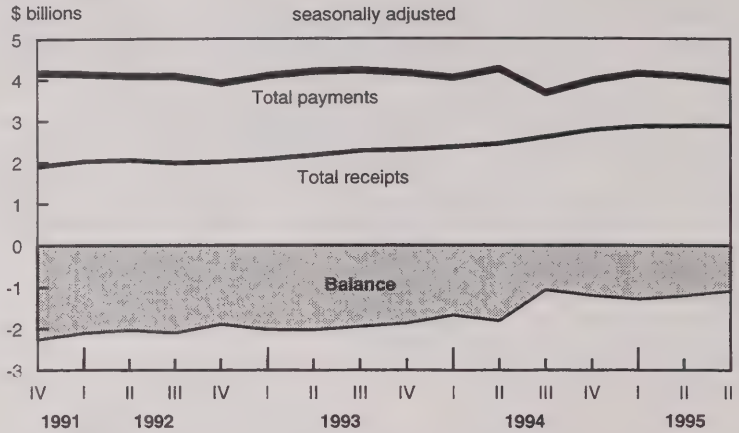
In the third quarter of 1995, Canada's international travel account deficit decreased 9.8% from the previous quarter, to $1.1 billion. The travel account deficit peaked at $2.3 billion in the fourth quarter of 1991.

The decrease in spending by Canadians travelling abroad contributed to the reduction in the travel account deficit as did record spending by overseas visitors.

Total receipts from visitors to Canada were unchanged from the second quarter, at $2.9 billion. However, the record $1.3 billion spent by overseas residents - who continue to visit Canada in increasing numbers - was a factor in the improvement of the travel account balance.

In 1994, the international travel account deficit represented 25.8% of the current account deficit. That share stood at 31.5% when the international travel account deficit peaked in 1992 at $8.2 billion.

The travel account deficit improved as Canadians spent less abroad



Overseas visitors spent record amount in Canada

Spending by visitors from overseas reached an unprecedented level during the third quarter of 1995. The 2.4% increase in receipts from overseas continued the upward trend which emerged in mid-1991. Spending by overseas residents now represents 47% of total spending by visitors to Canada, compared with 27% a decade ago.

Canadians travelling overseas reduced their spending by 1.2%, to $1.6 billion. However, they continue to outspend visitors from overseas by $244 million. Nonetheless, this deficit is the smallest since the third quarter of 1986.

Deficit with the United States decreased

While Americans decreased their spending in Canada by 2.8% during the third quarter, Canadians reduced their spending in the United States even more (4.5%).

The net result was a 7.3% improvement in the travel account deficit with the United States. This difference, at $846 million, was well below the $1.9 billion peak reached in the fourth quarter of 1991. At that time, the Canadian dollar stood at US88 cents, compared with US74 cents in the third quarter of 1995.

For further information on the International travel account, contact Ruth Martin (Telephone 613-951-1791 or Fax 613-951-2909), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.



Travel Price Index, Third Quarter 1995

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used when travelling in Canada. Price movements are taken from detailed Consumer Price Index (CPI) series.

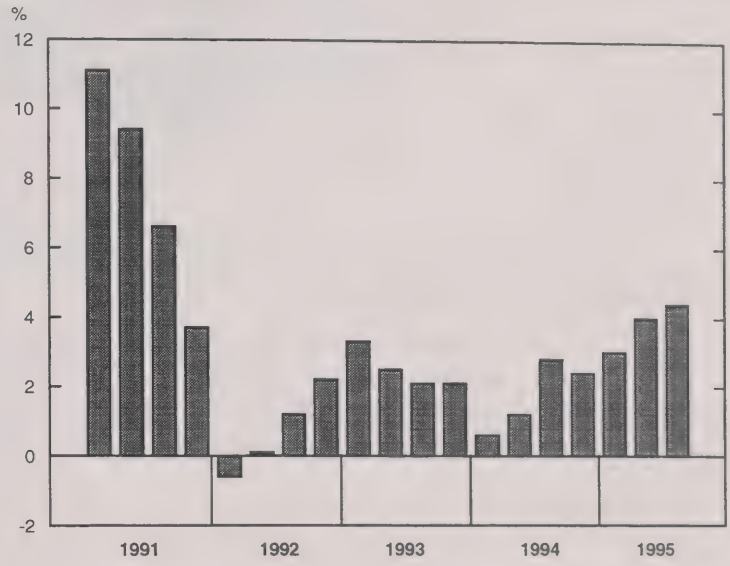
During the third quarter of 1995, the Travel Price Index rose by 4.3% over the second quarter and by 4.4% over the third quarter of 1994. In comparison, overall prices for goods and services, as measured by the Consumer Price Index rose by only 0.2% in the third quarter of 1995 (see Touriscope Indicators on page 12).

The rise in the TPI among the second and the third quarter reflected a higher seasonal price in traveller accommodation which was up by 20.1%. Increases were also noted in inter-city transportation (6.7%) and in the rental and leasing of automotive vehicles (5.0%). Local and commuter transportation prices were up 1.6% during the same period.

Between the second and the third quarter of 1995, decreases in the food prices (0.8%) and in the operation of automotive vehicles prices (0.5%) were the only decreases recorded.

A technical report of the Travel Price Index is available from the Travel, Tourism and Recreation Section at 613-951-1673.

Travel Price Index, percentage change from preceding year



Source: Education, Culture and Tourism Division.

Travel Price Index, Not Seasonally Adjusted, 1986 = 100

Year	Quarters				Annual Average
	1st	2nd	3rd	4th	
1990	116.3	118.5	123.4	124.3	120.6
1991	129.2	129.6	131.6	128.9	129.8
1992	128.4	129.7	133.2	131.7	130.8
1993	132.7	132.9	136.0	134.5	134.0
1994	133.5	134.5	139.8	137.7	136.4
1995	137.5	139.9	146.0		

Source: Education, Culture and Tourism Division.



Services indicators, Third quarter 1995

Growth in the services industries strengthened this quarter. Employment, output, exports and consumer spending all increased.

Employment growth in services followed from job creation in broadcasting and telecommunication carriers, as well as in the finance and insurance industries. In addition, the shift from part-time to full-time job creation continued.

Increased spending on services reflected the rise in expenditure on transportation, accommodation, recreation and financial services.

Contact Deborah Sussman (613- 951-2582), Services, Science and Technology Division.

Air passenger origin and destination for trips between Canada and the United States, 1994

Between 1993 and 1994, the number of passengers who travelled on scheduled air services between Canada and the United States declined 3%. Over the same period, air travel within Canada increased less than 1%. For every 10 travellers who flew within Canada on scheduled flights in either 1993 or 1994, between 8 and 9 travellers flew between Canada and the United States.

Florida figured in 5 of the 10 city-pairs that showed the largest percentage declines in passenger numbers. Between 1993 and 1994, the number of passengers who travelled on scheduled flights between Canada and Florida declined more than 10% (from 1,407,770 to 1,254,890). Over the same period, the number who travelled on charter flights between Canada and Florida declined more than 15% (from 1,258,513 to 1,087,844).

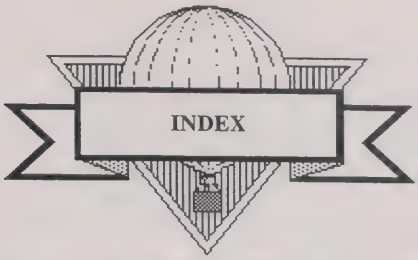
Contact Carol Gudz (819-997-1386), Aviation Statistics Centre, Transportation Division.

Family income, 1994

In 1994, after four years of decline, family income recovered some ground, fuelled primarily by renewed strength in full-time job creation. The proportion of persons below Statistics Canada's low income cut-offs declined for the first time since 1989.

This improvement in family income can be attributed mainly to renewed strength in the labour market during 1994. Data from the Labour Force Survey show that employment increased by 382,000 in 1994, the strongest job growth since 1987. A large portion of this increase was in the higher wage goods-producing industries.

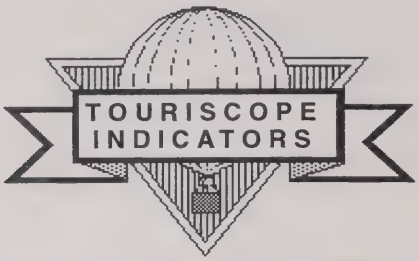
Contact Réjean Lasnier (613-951-5266), Income and Housing Surveys Section, Household Surveys Division. (Internet: income@statcan.ca).



This index lists feature articles published in Travel-log since 1993.

DOMESTIC TRAVEL	
1992 Domestic Travel Survey Highlights	Winter 1994
How well does the Tourism Industry Know the Canadian Business Traveller?	Autumn 1995
PROFILES OF CANADIAN RESIDENTS	
Profile of Canadian Travellers in the United States in 1991	Spring 1993
Profile of Business Trips to Canada from the United States	Spring 1995
Time for Travel... Time for Culture Attendance at cultural events by Canadian travellers, 1992	Summer 1995
Canadian's Participation in Leisure Travel is on the Rise	Summer 1995
TOURISM INDUSTRY	
Tourism Statistics: An Overview	Winter 1993
INTERNATIONAL TRAVEL	
Travel by Canadians to Countries Other than the United States	Summer 1993
Canada: A Destination Highly Rated By Japanese Tourists	Autumn 1993
Sports Participation Travel Between Atlantic Canada and New England	Spring 1994
The Main Overseas Tourism Markets in Canada	Summer 1994
Canadians' Favourite Sunspot: Florida	Autumn 1994
Americans Travelling in Canada: a $4 Billion Market	Winter 1995

To order back issues of Travel-log, contact, **Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.** For faster service, FAX your order to (1-613-951-1584), or call toll-free (1-800-267-6677) and use your VISA or MasterCard.



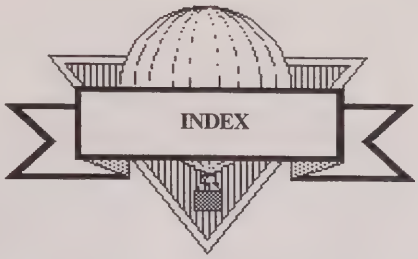
						% Change	
		QI 1995	QII 1995	QIII 1995	QIII 1994	Previous Quarter	Previous Year
VISITORS TO CANADA							
From United States	(in thousands)	5,965	9,678	14,257	13,726	47.3	3.9
Overnight visits	(in thousands)	1,573	3,463	5,788	5,746	67.1	0.7
By auto	(in thousands)	1,011	2,294	4,082	4,144	77.9	-1.5
From Overseas	(in thousands)	483	1,135	1,969	1,727	73.5	14.0
Overnight visits	(in thousands)	441	1,040	1,801	1,566	73.2	15.0
Top Seven Countries							
United Kingdom	(in thousands)	67	173	294	266	69.9	10.5
Japan	(in thousands)	74	149	253	200	69.8	26.5
Germany	(in thousands)	42	109	216	192	98.2	12.5
France	(in thousands)	43	115	217	204	88.7	6.4
Hong Kong	(in thousands)	25	42	75	53	78.6	41.5
Australia	(in thousands)	20	36	59	46	63.9	28.3
Italy	(in thousands)	11	24	52	49	116.7	6.1
CANADIANS OUTSIDE CANADA							
To United States	(in thousands)	10,992	13,356	15,978	16,074	19.6	-0.6
Overnight visits	(in thousands)	3,065	3,571	5,027	5,019	40.8	0.2
By auto	(in thousands)	1,716	2,374	3,815	3,825	60.7	-0.3
To Overseas	(in thousands)	1,153	781	909	872	16.4	4.2
INDUSTRY							
Airline Passengers (Level I)	(in thousands)	4,570	5,126	6,089	5,365	18.8	13.5
Airline passenger-km (Level I)	(in millions)	10,602	12,190	16,135	13,558	32.4	19.0
PRICES (1986 = 100 not s.a.)							
Travel Price Index		137.5	139.8	146.0	139.6	4.4	4.6
Consumer Price Index		132.6	133.6	133.9	130.8	0.2	2.4
Restaurant meals		140.8	141.7	142.6	139.5	0.6	2.2
Inter-city transportation		145.0	145.1	154.8	152.6	6.7	1.4
Renting and leasing of automotive vehicles		126.3	129.5	136.0	121.8	5.0	11.7
Gasoline		117.8	127.4	124.0	122.7	-2.7	1.1
ECONOMIC							
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.)	(in millions)	541,686	540,529	543,101	535,876	0.5	1.3
Amusement and recreation	(in millions)	4,940	5,008	4,983	4,696	-0.5	6.1
Accommodation and food services	(in millions)	11,727	11,838	11,768	11,919	-0.6	-1.3
Personal disposable income per capita (s.a.)		17,397	17,361	17,242	17,003	-0.7	1.4
LABOUR							
Labour force (s.a.)	(in thousands)	14,928	14,914	14,931	14,871	0.1	0.4
Unemployed	(in thousands)	1,443	1,420	1,419	1,513	-0.1	-6.2
Employed	(in thousands)	13,485	13,493	13,512	13,357	0.1	1.2
Accommodation and food services (not s.a.)	(in thousands)	817	857	912	887	6.4	2.8
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)							
American Dollar		1.4069	1.3713	1.3555	1.3713	-1.2	-1.2
British Pound		2.2267	2.1901	2.1328	2.1279	-2.6	0.2
Japanese Yen		0.0147	0.0163	0.0144	0.0138	-11.7	4.3
German Mark		0.9529	0.9825	0.9475	0.8791	-3.6	7.8
French Franc		0.2728	0.2792	0.2742	0.2567	-1.8	6.8

(s.a.) seasonally adjusted.



		TI 1995	TII 1995	TIII 1995	TIII 1994	Variation en % Trimestre précédent	Année précédente
VISITEURS AU CANADA							
Des États-Unis	(en milliers)	5 965	9 678	14 257	13 726	47,3	3,9
Visites d'une nuit et plus	(en milliers)	1 573	3 463	5 788	5 746	67,1	0,7
Par auto	(en milliers)	1 011	2 294	4 082	4 144	77,9	-1,5
Des pays d'outre-mer	(en milliers)	483	1 135	1 969	1 727	73,5	14,0
Visites d'une nuit et plus	(en milliers)	441	1 040	1 801	1 566	73,2	15,0
Les sept pays les plus populaires							
Royaume-Uni	(en milliers)	67	173	294	266	69,9	10,5
Japon	(en milliers)	74	149	253	200	69,8	26,5
Allemagne	(en milliers)	42	109	216	192	98,2	12,5
France	(en milliers)	43	115	217	204	88,7	6,4
Hong Kong	(en milliers)	25	42	75	53	78,6	41,5
Australie	(en milliers)	20	36	59	46	63,9	28,3
Italie	(en milliers)	11	24	52	49	116,7	6,1
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA							
Aux États-Unis	(en milliers)	10 992	13 356	15 978	16 074	19,6	-0,6
Visites d'une nuit et plus	(en milliers)	3 065	3 571	5 027	5 019	40,8	0,2
Par auto	(en milliers)	1 716	2 374	3 815	3 825	60,7	-0,3
Outre-mer	(en milliers)	1 153	781	909	872	16,4	4,2
INDUSTRIE							
Trafic voyageurs aériens (niveau I)	(en milliers)	4 570	5 126	6 089	5 365	18,8	13,5
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I)	(en millions)	10 602	12 190	16 135	13 558	32,4	19,0
PRIX (1986 = 100 non dés.)							
Indice des prix des voyages		137,5	139,8	146,0	139,6	4,4	4,6
Indice des prix à la consommation		132,6	133,6	133,9	130,8	0,2	2,4
Aliments achetés au restaurant		140,8	141,7	142,6	139,5	0,6	2,2
Transport interurbain		145,0	145,1	154,8	152,6	6,7	1,4
Location de véhicules automobiles		126,3	129,5	136,0	121,8	5,0	11,7
Essence		117,8	127,4	124,0	122,7	-2,7	1,1
ÉCONOMIQUE							
Produit intérieur brut, aux prix de 1986 (dés.)	(en millions)	541 686	540 529	543 101	535 876	0,5	1,3
Divertissements et loisirs	(en millions)	4 940	5 008	4 983	4 696	-0,5	6,1
Hébergement et restauration	(en millions)	11 727	11 838	11 768	11 919	-0,6	-1,3
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)		17 397	17 361	17 242	17 003	-0,7	1,4
TRAVAIL							
Population active (dés.)	(en milliers)	14 928	14 914	14 931	14 871	0,1	0,4
Chômeurs	(en milliers)	1 443	1 420	1 419	1 513	-0,1	-6,2
Personnes occupées	(en milliers)	13 485	13 493	13 512	13 357	0,1	1,2
Hébergement et restauration (non dés.)	(en milliers)	817	857	912	887	6,4	2,8
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)							
Dollar des États-Unis		1,4069	1,3713	1,3555	1,3713	-1,2	-1,2
Livre sterling		2,2267	2,1901	2,1328	2,1279	-2,6	0,2
Yen du Japon		0,0147	0,0163	0,0144	0,0138	-11,7	4,3
Mark de l'Allemagne		0,9529	0,9825	0,9475	0,8791	-3,6	7,8
Franc de France		0,2728	0,2792	0,2742	0,2567	-1,8	6,8

(dés.) désaisonnalisées.



Cet index donne une liste des articles principaux publiés dans Info-voyages depuis 1993.

VOYAGES INTÉRIEURS	
Faits saillants de l'enquête de 1992 sur les voyages intérieurs	Hiver 1994
L'industrie du tourisme connaît-elle bien le voyageur d'affaires canadien?	Automne 1995
PROFILS DES RÉSIDENTS CANADIENS	
Un profil des voyageurs canadiens aux États-Unis en 1991	Printemps 1993
Profil des voyages d'affaires au Canada en provenance des États-Unis	Printemps 1995
À l'heure des voyages et du dépaysement culturel. Les activités culturelles des Canadiens en voyage, 1992	Été 1995
La participation des Canadiens aux voyages de loisirs est en hausse	Été 1995
INDUSTRIE TOURISTIQUE	
Un aperçu statistique du tourisme	Hiver 1993
VOYAGES INTERNATIONAUX	
Les voyages des Canadiens vers les pays autres que les États-Unis	Été 1993
Le Canada est une destination fort prisée par les touristes japonais	Automne 1993
Voyages avec participation sportive entre le Canada atlantique et la Nouvelle-Angleterre	Printemps 1994
Les principaux marchés touristiques d'outre-mer au Canada	Été 1994
La Floride: la destination soleil préférée des Canadiens	Automne 1994
Les Américains voyageant au Canada: un marché de quatre milliards de dollars	Hiver 1995

Afin de commander les numéros déjà parus d'Info-voyages, veuillez communiquez avec le service **Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6**. Pour un service plus rapide, communiquez par télécopieur au numéro (1-613) 951-1584 ou composer sans frais le numéro (1-800) 267-6677 et porter la commande à votre compte VISA ou MasterCard.



Indicateurs des services, troisième trimestre 1995

La croissance des services se consolide pendant le trimestre. L'emploi, la production, les exportations et les dépenses de consommantion augmentent tous.

La croissance de l'emploi dans les services est attribuable à la création d'emplois dans les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications, ainsi que dans les secteurs des finances et des assurances. En outre, le passage de la création d'emplois à temps partiel à la création d'emplois à temps plein se poursuit.

La hausse des dépenses pour les services reflète l'augmentation des dépenses pour les transports, l'hébergement, les loisirs et les services financiers.

Communiquez avec Deborah Sussman au (613) 951-2582, Division des services, des sciences et de la technologie

Origine et destination des passagers aériens pour les voyages entre le Canada et les États-Unis, 1994

Entre 1993 et 1994, on a observé un diminution de 3% des voyages aériens sur des vols réguliers entre le Canada et les États-Unis. Durant la même période, les voyages aériens à l'intérieur du Canada ont augmenté de moins de 1%. Pour chaque tranche de 10 passagers qui ont effectué des voyages à l'intérieur du Canada sur des vols réguliers en 1993 ou en 1994, entre 8 et 9 passagers on effectué des voyages entre le Canada et les États-Unis.

Parmi les 10 paires de villes ayant enregistré les diminutions les plus fortes en pourcentage, 5 comprenaient des villes de la Floride. Entre 1993 et 1994, le nombre de passagers voyageant sur des vols réguliers entre le Canada et la Floride a diminué de plus de 10%, passant de 1 407 770 à 1 254 890. Durant la même période, le nombre de passagers voyageant entre le Canada et la Floride sur des vols d'affrètement a diminué de plus de 15%, passant de 1 258 513 à 1 087 844.

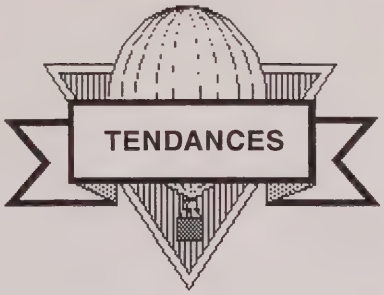
Communiquez avec Carol Gudz au (819) 997-1386, Centre des statistiques de l'aviation, Division des transports.

Revenu des familles, 1994

Principalement alimenté par une reprise accentuée de la création d'emploi à temps plein, le revenu des familles a récupéré un peu de terrain en 1994, après quatre années de déclin continu. Pour la première fois depuis 1989, la proportion de personnes ayant un revenu inférieur aux seuils de faible revenu de Statistique Canada a diminué.

Cette amélioration du revenu familial était principalement due à une reprise accentuée du marché du travail en 1994. Les données de l'Enquête sur la population active présentent une augmentation de 382 000 emplois en 1994, soit la plus forte croissance de l'emploi depuis 1987. Une grande partie de cette augmentation a eu lieu dans le secteur des industries productrices de bien ayant les salaires plus élevés.

Communiquez avec Réjean Lasnier au (613) 951-5266, Section des enquêtes sur le revenu et le logement, Division des enquêtes-ménages. Internet: revenu@statcan.ca



Indice des prix des voyages, troisième trimestre de 1995

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

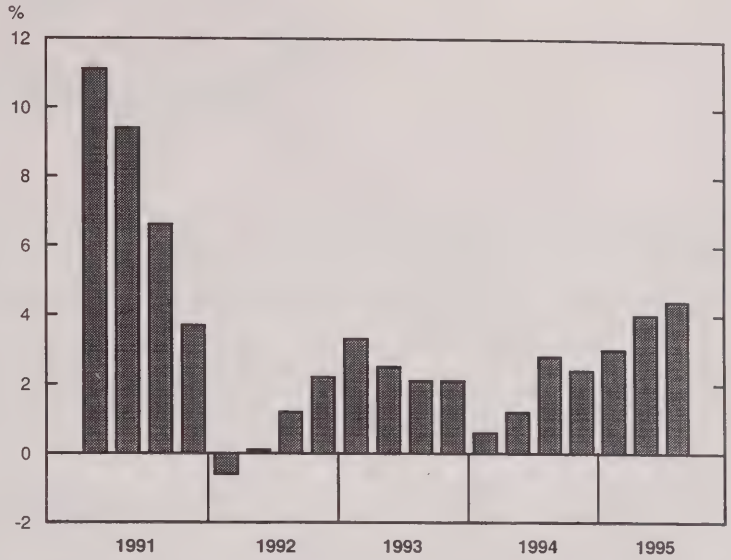
L'Indice des prix des voyages au Canada a augmenté de 4,3% au cours du troisième trimestre de 1995 par rapport au trimestre précédent et de 4,4% comparativement au troisième trimestre de 1994. En comparaison, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation n'a augmenté que de 0,2% au troisième trimestre de 1995 (voir Indicateurs de Touriscope à la page 12).

L'avance de l'IPV entre les deuxième et troisième trimestres de 1995 résulte de la hausse saisonnière du prix de l'hébergement, hausse particulièrement importante puisqu'elle s'élevait à 20,1%. On note aussi une hausse de 6,7% dans le coût du transport interurbain, et une autre de 5,0% dans les coûts reliés à la location de véhicules automobiles. Le coût du transport local et de banlieue enregistrait une hausse de 1,6% durant la même période.

Entre le second et le troisième trimestre de 1995, seuls le coût des aliments et celui de l'utilisation de véhicules enregistraient des baisses, respectivement de 0,8% et de 0,5%.

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613) 951-1673.

Variation en pourcentage de l'Indice des prix des voyages par rapport à l'année précédente



Source : Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Indice des prix des voyages, non désaisonnalisé, 1986 = 100

Année	Trimestres				Moyenne annuelle
	1er	2e	3e	4e	
1990	116,3	118,5	123,4	124,3	120,6
1991	129,2	129,6	131,6	128,9	129,8
1992	128,4	129,7	133,2	131,7	130,8
1993	132,7	132,9	136,0	134,5	134,0
1994	133,5	134,5	139,8	137,7	136,4
1995	137,5	139,9	146,0		

Source: Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

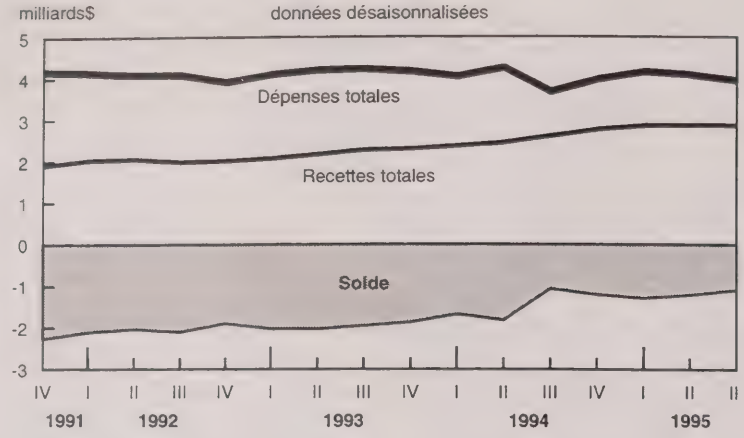
TENDANCES

Compte des voyages internationaux, troisième trimestre de 1995 (données provisoires)

Note aux utilisateurs

À moins d'avis contraire, les données présentées ici sont désaisonnalisées.

Le solde du compte des voyages s'est amélioré à la suite de la diminution des dépenses des Canadiens à l'étranger



Au troisième trimestre de 1995, le déficit du compte des voyages internationaux du Canada a diminué de 9,8% par rapport au trimestre précédent, pour atteindre 1,1 milliard$. Le déficit avait atteint un sommet de 2,3 milliards$ au quatrième trimestre de 1991.

Le recul du déficit du compte des voyages est dû à la réduction des dépenses des voyageurs canadiens à l'extérieur du pays ainsi qu'au montant record dépensé par les visiteurs d'outre-mer.

Les recettes totales de l'étranger sont demeurées au même niveau qu'au deuxième trimestre, à 2,9 milliards$. Par contre, le montant record de 1,3 milliard$ dépensé par des résidents d'outre-mer (qui sont de plus en plus nombreux à visiter le Canada) a été un facteur contribuant à l'amélioration du solde du compte des voyages.

En 1994, le déficit du compte des voyages internationaux représentait 25,8% du déficit du compte courant. Lorsque le déficit du compte des voyages internationaux a atteint le niveau inégalé de 8,2 milliards$ en 1992, cette proportion était alors de 31,5%.

Les visiteurs d'outre-mer ont dépensé un montant record au Canada

Les dépenses des visiteurs d'outre-mer au Canada ont atteint un niveau sans précédent au troisième trimestre de 1995. L'augmentation de 2,4% des recettes d'outre-mer a maintenu la tendance à la hausse qui est apparue au milieu de 1991. Les dépenses des résidents d'outre-mer représentent maintenant 47% du total des dépenses des visiteurs au Canada, comparativement à 27% il y a dix ans.

Les Canadiens qui voyagent outre-mer ont réduit leurs dépenses de 1,2%, à 1,6 milliard$. Ils continuent cependant de dépenser 244 millions$ de plus que ne le font les visiteurs d'outre-mer au Canada. Ce déficit est tout de même le moins élevé depuis le troisième trimestre de 1986.

Diminution du déficit avec les États-Unis

Pendant que les Américains diminuaient leurs dépenses au Canada de 2,8% au troisième trimestre, les Canadiens réduisaient encore plus (4,5%) leurs dépenses faites au cours de voyages aux États-Unis.

Le résultat net a été une amélioration de 7,3% du déficit du compte de voyages avec les États-Unis. La différence de 846 millions$ était bien en-deçà du sommet de 1,9 milliard$ atteint au quatrième trimestre de 1991. À cette époque, le dollar canadien valait 88 cents US comparativement à 74 cents US au troisième trimestre de 1995.

Pour plus de renseignements sur les comptes de voyages internationaux, veuillez communiquer avec Ruth Martin au (613) 951-1791 ou par télécopieur au (613) 951-2909, Section des voyages internationaux, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Ceci a produit un surplus de dépenses de voyages intérieurs de 236,2 millions $ en Colombie-Britannique, soit plus de trois fois le surplus enregistré par l'Île-du-Prince-Édouard, le second en terme d'importance. Seulement quatre provinces – la Colombie-Britannique, l'Île-du-Prince-Édouard, le Nouveau-Brunswick et le Québec – ont enregistré des surplus en 1994.

L'Ontario a enregistré le déficit le plus élevé en termes de dépenses de voyages

Même si l'Ontario menait l'industrie en terme de commerce direct généré, elle enregistrait également le déficit le plus élevé au chapitre des dépenses de voyages soit, 147,2 millions $. En effet, les résidents de l'Ontario ont dépensé 956,3 millions $ à l'extérieur de leur province, un sommet national, comparativement au 809,1 millions $ dépensés en Ontario par les résidents des autres provinces, principalement par les québécois.

La Saskatchewan a enregistré le second déficit le plus important, soit 62,0 millions$.

Le solde des voyageurs qui sont entrés dans une province comparativement aux résidents qui ont voyagé à l'extérieur de leur province semble être un facteur important expliquant les niveaux de dépenses. En 1994, quatre provinces affichaient un surplus au solde du compte des dépenses de même qu'un surplus au solde du compte des voyageurs.

Cependant, le type de clientèle voyageant dans une province ainsi que le genre de voyages effectués par les voyageurs dans cette province influence aussi les niveaux de dépenses.

En moyenne, les voyageurs d'affaires dépensent plus par voyage

En moyenne, les voyageurs d'affaires ont dépensé 228 $ par voyage en 1994 comparativement à 96 $ dépensés par les voyageurs d'agrément. Si l'on s'attarde uniquement aux voyages avec nuitée, la moyenne pour les voyageurs d'affaires affiche presque le double soit, 443 $.

Même si les voyageurs d'agrément ont dépensé moins par voyage, ils étaient 2,5 fois plus nombreux. Conséquemment, les Canadiens qui ont voyagé au Canada, dont le but principal du voyage était l'agrément ont dépensé 5,4 milliards $ en 1994, représentant environ le tiers des 15,9 milliards $ de dépenses totales de voyages. Ce montant s'affiche légèrement au-dessus des 5,2 milliards $ dépensés par les voyageurs d'affaires.

Les voyages qui avait pour but les visites d'amis ou de parents ainsi que les voyages effectués pour des raisons personnelles, tel que des visites chez le médecin, regroupaient respectivement 23,3% et 9,7% des dépenses de voyages totales.

Un des facteurs expliquant les dépenses élevées des voyageurs d'affaires est que ceux-ci ont dépensé plus en frais d'hébergement et en frais de transport. En 1994, les voyageurs d'affaires ont dépensé 22,8% de leur budget total en frais d'hébergement et 27,5% de celui-ci en frais de transport. La moyenne canadienne était respectivement de 16% et de 16,2%.

Environ 12% des voyageurs d'affaires ont voyagé par avion pour se rendre à leur destination, comparativement à la moyenne canadienne de 3,5%. Plus du trois quarts des voyageurs d'affaires sont demeurés dans des hôtels ou motels comparativement à la moyenne nationale de 25,9%.

Pour plus d'information concernant les voyages intérieurs des Canadiens, veuillez communiquer avec Sylvie Bonhomme au (613) 951-1672 ou par télécopieur au (613) 951-2909, Section des voyages intérieurs, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.



Caractéristiques des voyageurs internationaux

Deuxième trimestre de 1995

Note aux utilisateurs

Les dépenses des étrangers ne comprennent pas les frais de transport international perçus par des transporteurs canadiens et les dépenses des Canadiens ne comprennent pas les frais de transport international perçus par des transporteurs étrangers.

Les résidents d'outre-mer ont effectué plus d'un million de voyages d'au moins une nuit au Canada au cours du deuxième trimestre de 1995, soit 13% de plus qu'au deuxième trimestre de 1994. Ils ont dépensé en moyenne 1 000$ par voyage au cours du second trimestre de 1995, injectant ainsi 1 milliard$ dans l'économie canadienne.

Les séjours au Canada des résidents d'outre-mer étaient, à 11 nuits, sensiblement la même qu'au cours du deuxième trimestre des deux années précédentes; ils étaient toutefois une journée et demi plus courts qu'ils ne l'étaient au deuxième trimestre de 1992.

Comparativement, les Américains ont fait au-delà de trois fois le nombre de voyages d'une nuit ou plus au Canada (3,5 millions) que les résidents d'outre-mer ont effectué mais sont demeurés trois fois moins longtemps (3,7 nuits en moyenne). Conséquemment, leurs dépenses moyennes par voyage étaient aussi beaucoup moins élevées.

Parmi les visiteurs de pays autres que les États-Unis, ce sont les résidents du Royaume-Uni qui ont visité le Canada le plus souvent, avec 172 000 voyages d'au moins une nuit, suivi des Japonais avec 147 000 voyages. Par contre, ces derniers ont dépensé 360$ de plus par voyage que ne l'ont fait les Britanniques au cours du deuxième trimestre de 1995 (1 270$ contre 910$ respectivement).

Les visites d'agrément ont été le motif principal de plus de la moitié des voyages des résidents d'outre-mer au Canada, suivies des visites aux parents et amis (27%) et des voyages d'affaires (19%). De ces groupes, ce sont les voyageurs d'affaires qui ont eu les dépenses moyennes par voyage les plus élevées, à 1 200$.

Parmi les provinces et les territoires, l'Ontario a été la destination la plus populaire auprès des résidents d'outre-mer, recevant 572 000 visites d'au moins une nuit, dont 105 000 des résidents du Royaume-Uni, 78 000 de ceux du Japon et 55 000 de ceux de la France.

Pour obtenir plus de renseignements sur les profils statistiques ainsi que sur les fichiers de microdonnées sur les caractéristiques des voyageurs internationaux, veuillez communiquer avec Ruth Martin au (613) 951-1791 ou par télécopieur au (613) 951-2909, Section des voyages internationaux, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.



Dépenses de voyages intérieurs, 1994

Note aux lecteurs

Les données contenues dans ce texte sont tirées de l'Enquête sur les voyages des Canadiens, laquelle se veut un supplément à l'Enquête sur la population active. Les données ne peuvent être comparées avec celles des années antérieures puisque des changements méthodologiques dans l'enquête de 1994 ont occasionné un bris dans les séries statistiques historiques.

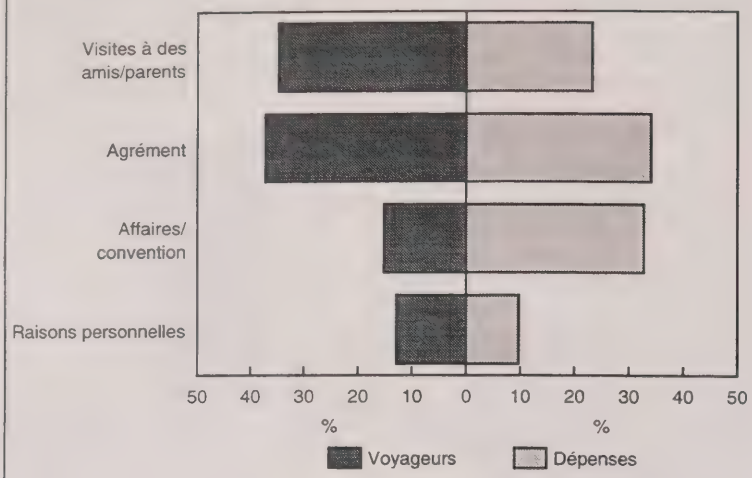
Un voyage intérieur est défini comme étant de 80 kilomètres et plus. Il doit être effectué par un Canadien et doit avoir une destination canadienne.

Les données sur le nombre de voyageurs sont mesurées en voyages-personnes, soit le nombre de voyages effectué par un Canadien multiplié par le nombre de personnes du même ménage qui ont participé à chacun de ces voyages. Si quatre personnes ont effectué un voyage ensemble, elles représentent quatre voyages-personnes. La répartition provinciale des voyages s'effectue selon la destination principale.

Les dépenses rapportées par les voyageurs couvrent tous les frais de voyage, incluant les frais de transport, d'essence, d'hébergement, de loisirs et divertissements ainsi que d'aliments et de boissons. Lorsque les voyageurs ont visité plus d'une province, les dépenses sont, de façon générale, redistribuées suivant le nombre de nuits passées dans chacune des provinces.

En 1994, les Canadiens ont dépensé 4,7 milliards $ lors de voyages en Ontario, soit plus d'argent que dans toute autre province. Ce montant représente environ 30% du total de 15,9 milliards $ de commerce direct généré par les voyages intérieurs.

Les voyageurs d'affaires genèrent le tiers des dépenses avec moins de voyageurs, 1994



Balance au compte des voyages intérieurs 1994

	Dépenses totales dans cette province	Dépenses redistribuées des		Solde du compte des voyages
		Résidents dans cette province	Résidents dans les autres provinces	Non-résidents dans cette province	
	en millions$				
Terre-Neuve	382,5	318,0	87,2	64,5	-22,6
Île-du-Prince-Édouard	149,5	33,4	41,1	116,1	75,0
Nouvelle-Écosse	596,3	402,4	241,3	193,9	-47,4
Nouveau-Brunswick	434,3	257,7	155,9	176,7	20,8
Québec	3 072,7	2 581,0	491,3	491,7	0,4
Ontario	4 713,7	3 904,6	956,3	809,1	-147,2
Manitoba	673,4	483,6	234,2	189,8	-44,4
Saskatchewan	744,5	545,2	261,2	199,3	-61,9
Alberta	2 353,0	1 728,8	658,9	624,2	-34,6
Colombie-Britannique	2 765,1	2 042,4	486,6	722,8	236,2
Canada	**15 910,9**	**12 297,1**	**3 613,8**	**3 613,8**[1]	...

[1] *Le total du Canada dépasse la somme des chiffres des provinces parce qu'il comprend les données du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.*

... *N'ayant pas lieu de figurer.*

Cependant, en terme d'entrée nette de fonds, la Colombie-Britannique était la grande gagnante. Les résidents qui habitaient à l'extérieur de la Colombie-Britannique ont dépensé 722,8 millions $ dans cette province en 1994, comparativement à 486,6 millions $ dépensés par les résidents de la Colombie-Britannique dans les autres provinces.

Depuis 1991 cependant, les voyages des Canadiens vers les États-unis ont diminué. Certains facteurs peuvent expliquer ces baisses : La Guerre du Golfe en début de 1991 combinée à la récession économique qui s'ensuivit ont contribué à la baisse de ces voyages. Il faut ajouter à cela la baisse du dollar canadien par rapport au dollar américain qui a lieu durant cette période.

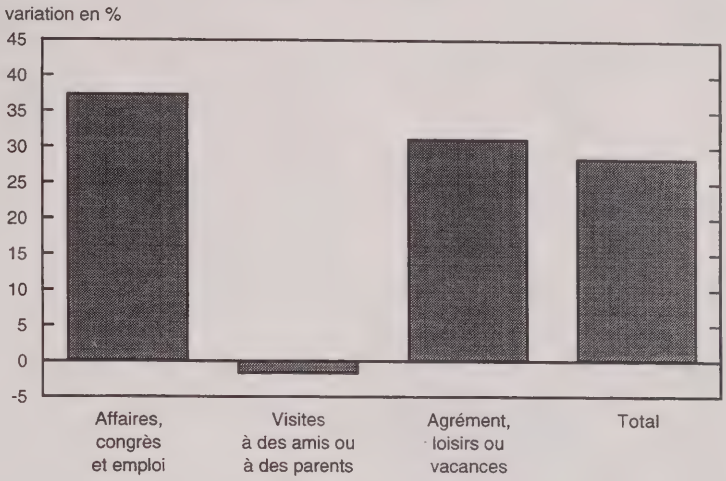
La principale source de voyageurs canadiens aux États-Unis demeure les résidents de l'Ontario qui ont effectué 48,0% de tous les voyages d'une nuit ou plus, en hausse par rapport à la proportion de 43,0% que cette province détenait en 1985. Les résidents du Québec viennent au second rang, en dépit du fait que leur part soit passée de 22,0% à 18,0% des voyages au cours de la période. La Colombie-Britannique conserve le troisième rang avec une part de 17,0% de voyages, inchangée depuis 1985.

Les Canadiens ont augmenté de plus de 4 jours la durée de leur séjour lors d'un voyage dans la région Atlantique-Sud, région qui reçoit d'ailleurs le quart de toutes les dépenses effectuées par les Canadiens aux États-Unis. La durée des séjours dans la région Centre, sud-est a augmenté de près d'un jour. Pour toute autre région visitée (sauf l'Alaska), on note des baisses de la durée moyenne de séjour.

Par ailleurs, les résidents canadiens effectuaient 2,6 millions de voyages dont le motif principal était la visite à des amis ou à des parents aux États-Unis en 1994. Si cela ne représente qu'une baisse de 1,7% (graphique 5) par rapport au nombre enregistré en 1985, il s'agit d'une baisse de plus de sept points au niveau de la part des voyages. Les parts de toutes les autres catégories de voyages (affaires, agrément et autres) étaient en hausse comparativement à 1985.

Graphique 5

Voyages d'une nuit ou plus des Canadiens au États-Unis. Variation des buts de voyage, 1985-1994



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Quelques caractéristiques des résidents canadiens voyageant dans les pays autres que les États-Unis

Entre 1985 et 1994, les Canadiens ont réduit de 8,3% la part de leurs voyages effectués en destination de l'Europe. Ils étaient plus nombreux, en 1994, à s'envoler vers l'Asie et l'Amérique Centrale.

Même si la part des visites d'une nuit ou plus des Canadiens vers le Royaume-Uni a reculé de 17,0% en 1985 à 15,0% en 1994, ce pays demeure toujours la destination de premier choix des Canadiens voyageant outre-mer. La France a cédé son deuxième rang au Mexique en 1994 et elle se retrouve maintenant au troisième rang. Cependant, les dépenses de voyages des Canadiens demeurent plus importantes lors de leur séjour en France que celles effectuées au Mexique, en partie à cause de la durée de séjour plus grande.

La moitié des Canadiens voyageant dans les pays d'outre-mer résidait en Ontario en 1994, proportion inchangée comparativement à 1985. Les résidents du Québec constituaient 22,0% des voyageurs en 1994, soit une légère diminution par rapport à 1985. Les résidents de la Colombie-Britannique ont augmenté la part des voyages outre-mer de 11,0% à 14,0% durant la même période.

Entre 1985 et 1994, les Canadiens ont réduit de 38% à 27% la proportion de leurs voyages de plus de trois semaines pour augmenter de 27% à 39% la part de leurs voyages d'une durée de 7 à 13 jours. Conséquemment, ils séjournaient en moyenne 2,8 jours de moins qu'en 1985.

Par ailleurs, les Canadiens voyageant dans les pays d'outre-mer ont augmenté (de 5,2 et 3,6 points respectivement) leurs parts de voyages à titres d'affaires et d'agrément. Il s'ensuit une réduction de 6,1 points des voyages dont le motif principal est la visite de parents et amis.

Les visiteurs d'outre-mer forment un marché de croissance pour le secteur du tourisme canadien comme l'a demontré cette comparaison des caractéristiques des voyageurs internationaux pour les années 1985 et 1994. L'information recueillie à date indique que cette croissance se poursuit en 1995. L'enquête sur les voyages internationaux permet d'obtenir une multitude de données relatives aux voyages des Canadiens à l'extérieur de leur pays et des étrangers en voyage au Canada.

Pour plus de renseignements, veuillez contacter Ruth Martin, Section des voyages internationaux au 613-951-1791.

croissance des voyages qui s'élève à 83,6% depuis 1985. Ce marché demeure fortement axé sur les visites aux amis et parents. Les dépenses des Britanniques au Canada s'élevaient à 484 millions$ en 1994.

D'autres voyageurs découvrent le Canada à un rythme plus important. Ainsi, les Français ont entrepris 409 500 voyages d'une nuit et plus en 1994, soit une hausse de 281,6% comparativement à 1985. D'ailleurs, ce marché connaît un essor fantastique depuis 1986. La France a connu un bond important, comptant pour près de 12,0% des visiteurs d'outre-mer entrant au Canada en 1994 comparativement à 6,7% en 1985. Les Français qui ont visité le Canada en 1994 y ont dépensé 411,7 millions$; ils ont effectué 85,0% de leurs visites au Québec et en Ontario.

Durant la période étudiée, le continent asiatique a augmenté de sept points sa part de marché.

Entre autres, les voyages des Japonais au Canada ont augmenté de 230,1%. Une grande partie des visiteurs Japonais voyagent en groupe et font, traditionnellement de la visite touristique. Quatre-vingt-dix pour cent de leurs visites se font en Ontario, en Colombie-Britannique et en Alberta. Avec des dépenses s'élevant à 549 millions$, ces voyageurs détenaient le premier rang, en 1994, au chapitre des dépenses effectuées au Canada. Par nuitée, ils affichent et de loin, la plus importante dépense moyenne, soit 184,70$ en 1994.

L'Allemagne était pour le Canada en 1994 le quatrième marché outre-mer en importance. En 1985, 156 500 visiteurs d'une nuit et plus au Canada provenaient de l'Allemagne; en 1994, on en comptait 367 000. Lors d'une visite au Canada en 1994, un visiteur allemand dépensait en moyenne 84,30$ par nuit, soit la même somme qu'un Français.

Les Canadiens voyageant à l'extérieur de leur pays

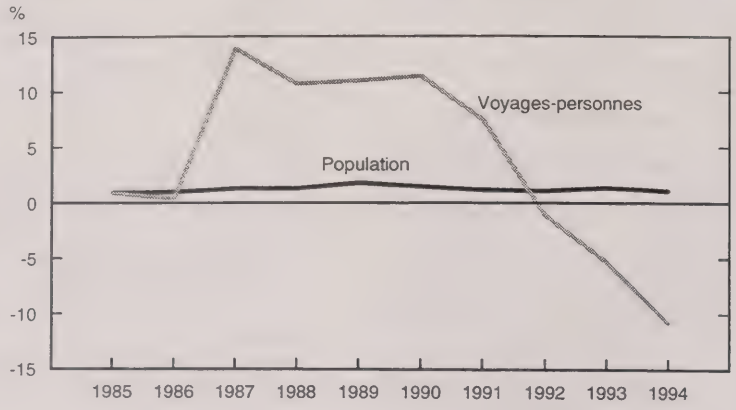
De 1985 à 1994, la croissance totale du nombre de voyages d'une nuit ou plus des Canadiens à l'extérieur de leur pays s'élevait à 40,9%. L'incidence des voyages d'une nuit ou plus des Canadiens était de 63% en 1994, comparativement à 50% en 1985. Un sommet de 78% avait été atteint en 1991, alors que le dollar canadien atteignait son plus haut niveau depuis 1985. En fait, le nombre de voyages des Canadiens était en hausse constante de 1985 à 1991, puis s'est mis à régresser à partir de 1992 (graphique 3). C'est en fait la diminution du nombre de voyages en destination des États-Unis qui explique la baisse totale, puisque les voyages vers les pays d'outre-mer ont atteint un sommet historique (graphique 4).

Quelques caractéristiques des Canadiens voyageant aux États-Unis

Les voyages des Canadiens aux États-Unis ont connu une forte croissance entre 1986 et 1991 dû, entre autres, à la hausse de la valeur du dollar canadien combinée à une hausse du revenu disponible.

Graphique 3

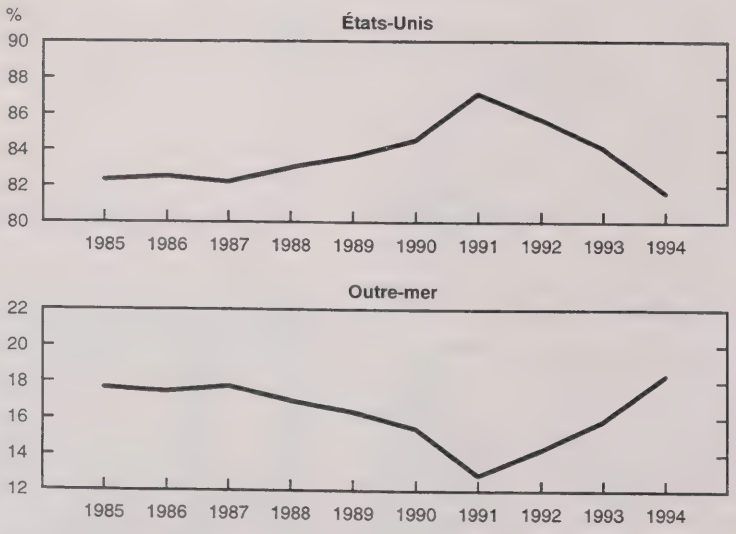
Variations en pourcentage dans la population et dans les voyages-personnes d'une nuit ou plus des Canadiens, 1985 à 1994



Source: Statistique Canada, Voyages internationaux, n° 66-201 au cat.

Graphique 4

Parts des voyages d'une nuit ou plus des résidents Canadiens selon la destination, 1985 à 1994



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

Par ailleurs, durant la période étudiée, les changements suivants sont survenus dans les régions d'origines : une réduction des entrées de la région de résidence Centre, nord-ouest et une hausse des entrées de la région du centre atlantique.

D'autre part, les données démontrent que les résidents des États-Unis ont raccourci leur séjour moyen d'un jour en 1994 comparativement à 1985. La ventilation de la durée des séjours avec nuitées révèle que la part de touristes restant une semaine ou plus est passée de 21,0% en 1985 à 15,8% en 1994.

Les résidents des pays d'outre-mer voyageant au Canada

Contrairement à ce qui se produit avec les États-Unis, le marché des pays d'outre-mer est en croissance régulière (graphique 2). À titre d'illustration, les voyageurs américains fournissaient 73,3% des recettes touristiques au Canada et 87,5% des entrées totales de voyageurs en 1985. Neuf ans plus tard, ces proportions ne sont plus que de 56,3% et 78,4% respectivement.

Durant la même période, le nombre de voyages en provenance des pays d'outre-mer a grimpé de 112,6% de sorte que les recettes touristiques de ces pays constituaient 43,7% des recettes totales de voyageurs étrangers au Canada en 1994 contre 26,6% en 1985.

Quelques caractéristiques des résidents de pays d'outre-mer voyageant au Canada

Au total, les recettes provenant de voyageurs autres qu'américains se chiffraient à 3,3 milliards de dollars en 1994. Ce montant représente près de 44% des recettes totales de voyages d'une nuit ou plus. Il faut cependant se rappeler que le marché des pays autres que les États-Unis ne représente que 23% des visiteurs étrangers arrivés au Canada. Cependant, en raison de la durée moyenne de séjour plus importante pour le marché outre-mer, les recettes sont plus élevées.

Le séjour moyen d'un voyageur résident de pays outre-mer est passé de 14,4 nuits à 10,9 nuits de 1985 à 1994. En fait, la durée moyenne de séjour au Canada a baissé pour tous les continents et pays principaux, à l'exception des voyageurs provenant de l'Amérique Centrale. Lors d'un séjour effectué principalement pour visiter des parents ou amis, le voyageur résident de pays d'outre-mer ne reste plus que 14,3 jours en moyenne en 1994, soit 6 jours de moins qu'en 1985. La durée de séjour moyenne d'un voyage dont le motif principal est l'agrément, le plaisir ou les vacances a diminué de 1,3 jour et celle dont le but principal est le travail, de 0,7 jour.

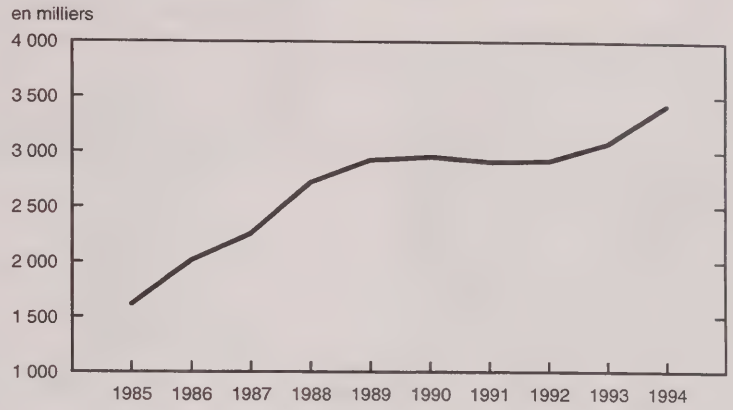
La part des voyages dont le motif principal est l'agrément, le plaisir et les vacances a plus que doublé entre 1985 et 1994. La diminution correspondante affecte la proportion des voyages pour affaires qui a subi une chute de plus de 13,0 points. Comparativement, les Canadiens consacraient une part plus importante de leurs voyages à l'extérieur pour les affaires durant la même période.

D'où viennent-ils?

En dépit du fait que la part des voyageurs en provenance du Royaume-Uni soit passée de 16,8% en 1994 de 19,5% qu'elle était en 1985 (tableau 2), ce pays demeure le principal marché de tourisme d'outre-mer avec ses 577 000 voyageurs d'une nuit et plus au Canada en 1994, et une

Graphique 2

Voyages d'une nuit ou plus des résidents d'outre-mer entrant au Canada, 1985 à 1994



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 2

Residents de certains pays entrant au Canada
Parts et variation , 1985 et 1994, une nuit ou plus

	part 1985	part 1994	variation
	%	%	%
Royaume-Uni	19,5	16,8	83,6
Allemagne	9,7	10,7	134,6
Japon	9,0	14,0	230,1
France	6,6	11,9	281,6
Antilles	4,7	2,1	-5,2
Australie	4,3	3,4	68,1
Italie	3,4	2,8	73,6
Amérique du sud	3,2	2,5	70,4
Suisse	2,8	2,6	98,2
Hong Kong	2,5	3,8	215,1
Mexique	2,3	2,4	121,6

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Les A[illegible] voyageant au Canada

Le m[illegible] États-Unis, l'un des plus [illegible] monde, est une composante [illegible] l'industrie touristique du [illegible] 1986, année d'Expo86 à [illegible] et année d'inquiétude concer[illegible] écurité personnelle en Europe, le [illegible] de voyages effectués par les [illegible]cains au Canada ont atteint un [illegible] jamais égalé depuis. Cependant [illegible]is 1986, le nombre de voyageurs [illegible]éricains a régulièrement baissé [illegible]qu'en 1993 où l'on enregistrait une [illegible]gère remontée, suivie d'une autre, à [illegible]eir : plus forte, en 1994. Ainsi, en 1994, le[illegible] [illegible]méricains consacraient 11% de leurs [illegible]nses touristiques internationales [illegible]es durant leurs voyages au Canada, [illegible]tre 9,6% en 1985.

À titre comparatif, la dépense [illegible]oyenne d'un Canadien en voyage d'une [illegible]uit ou plus aux États-Unis en 1994 était [illegible]e 60,0% supérieure à celle de 1985 alors que la dépense moyenne d'un Américain au Canada n'a augmenté que de 37,6 %[2] durant la même période.

Le graphique 1 met en lumière la baisse régulière des entrées en provenance des États-Unis. Les modestes remontées des voyages des Américains au Canada qu'ont connu les années 1993 et 1994, reflètent de bonnes perspectives économiques aux États-Unis ainsi que la baisse de la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain. De même durant cette période, le Canada a d'autant pu être perçu comme une destination plus compétitive puisque le dollar américain, quant à lui, s'était affaibli par rapport aux monnaies européennes.

Quelques caractéristiques des Américains voyageant au Canada

Les voyages d'agrément demeurent la raison principale de voyager au Canada pour les Américains. De tous les types de voyages, les dépenses effectuées lors de voyages d'agrément ont connu la plus forte augmentation, soit 45%, depuis 1985.

En 1994, les résidents des régions de la Nouvelle-Angleterre, de l'Atlantique centre, du Centre, nord-est et du Pacifique effectuaient plus du trois quarts de toutes les visites d'une nuit ou plus des Américains au Canada (tableau 1).

[2] *À moins d'avis contraire, les montants présentés dans ce texte ne sont pas ajustés pour tenir compte de l'inflation ou de la fluctuation des taux de change. Ils ne sont présentés qu'à titre comparatif.*

Tableau 1

Parts de certaines caractéristiques des résidents des États-Unis entrant au Canada pour une nuit ou plus, 1985 et 1994

Caractéristiques des voyages	Voyages-personnes		Nombre moyen de nuits	
	1985	1994	1985	1994
	Part en %			
Région de résidence:				
Nouvelle-Angleterre	12,3	10,5	3,9	3,8
Atlantique-Centre	20,3	22,5	4,4	3,5
Atlantique-Sud	7,5	7,5	5,8	4,9
Centre, nord-est	25,7	26,8	4,5	3,2
Centre, nord-ouest	9,7	6,1	4,5	4,2
Pacifique	16,2	17,2	4,7	4,2
But du voyage:				
Affaires, congrès et emploi	16,9	14,3	3,7	2,9
Visite à des amis ou à des parents	18,5	18,4	5,7	4,1
Agrément, loisirs ou vacances	60,7	57,5	4,8	4,0
Autres	3,9	9,8	16,8	3,6
Groupe de nuits:				
Une nuit	18,5	21,5	1,0	1,0
2 à 6 nuits	60,5	62,8	3,4	3,2
7 à 13 nuits	16,5	13,1	8,7	8,5
14 à 20 nuits	2,9	2,0	15,6	15,6
21 nuits et plus	1,6	0,7	33,7	29,4

Source: Voyages internationaux, nº 66-201 au cat.

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef: *Monique Beyrouti*
Téléphone: (613) 951-1673
Télécopieur: (613) 951-2909

Assistant: *Richard G.J. Chrétien*

Prix: Canada: 12$ l'exemplaire, 40$ par année
États-Unis: 15$US l'exemplaire, 48$US par année
Autres pays: 17$US l'exemplaire, 56$US par année

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

N° 87-003 au Catalogue ISSN 0713-2840

Info-voyages

Voyages entre le Canada et les autres pays, alors et maintenant...

par Monique Beyrouti

Le tourisme, générateur de revenus et d'emploi, est un secteur de plus en plus important de l'économie canadienne. En 1994, à elles seules, les recettes générées par les voyageurs étrangers représentaient 4,8% du P.N.B. du Canada alors qu'elles en représentaient 2,8% en 1985.

Le marché touristique a un potentiel certain de croissance mais plusieurs facteurs tels le taux de change, la croissance économique, la situation politique et économique, les événements spéciaux et la compétition peuvent en modifier les résultats. Ces facteurs ont une influence importante dans la décision de voyage et de destination du consommateur.

Cet exposé vise à montrer d'une part, le déclin dans les voyages d'une nuit ou plus entre le Canada et les États-Unis et d'autre part, de la croissance des voyages entre le Canada et les pays d'outre-mer au cours de la dernière décennie.

Pour ce faire, nous utilisons principalement les données sur l'Enquête sur les voyages internationaux (l'EVI) pour mettre en parallèle l'évolution des voyages entre le Canada et les autres pays depuis la dernière décennie. L'EVI fournit des données sur les caractéristiques des résidents canadiens voyageant à l'extérieur du Canada ainsi que des non résidents en voyage au Canada.

La première partie de ce texte met en lumière les données sur les étrangers voyageant au Canada alors que la seconde partie examine les voyages des Canadiens à l'étranger.

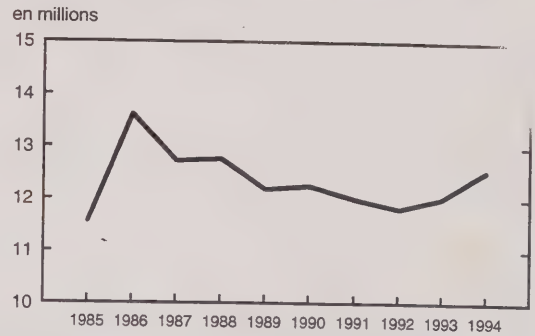
Les étrangers voyageant au Canada

En dépit de l'augmentation des entrées au Canada des voyageurs résidents des pays d'outre-mer, le marché du tourisme international canadien n'a pas suivi le courant du reste du monde. Ainsi, en 1994, le Canada se classait au 12ième rang en termes d'arrivées de touristes internationaux[1] comparativement au 7ième rang qu'il détenait en 1985. La perte de marché est attribuable à la baisse des visites en provenance des États-Unis.

[1] *Source: Organisation mondiale de tourisme (OMT).*

Graphique 1

Voyages d'une nuit ou plus des résidents des États-Unis entrant au Canada, 1985 à 1994



Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

Info-voyages

Dans le présent numéro...

Article de fond

Voyages entre le Canada et les autres pays, alors et maintenant... 1

Annonce

Dépenses des voyages intérieurs, 1994 6

Tendances

Caractéristiques des voyages internationaux 7
Compte des voyages internationaux 8
Indice des prix des voyages 9

Quoi de neuf? 10

Index 11

Indicateurs de touriscope 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue no. 87-003-XPB

Volume 15, Number 2



Travel-log

Spring 1996

Provincial Overview of Domestic Travel in 1994

by Sylvie Bonhomme

Sylvie Bonhomme is a senior analyst in the Domestic Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.

To meet up with relatives, hurtle down a new mountain, discover a new part of the country, go to a concert, shop... just a few of the reasons why some 13.2 million Canadians made 129 million recreational trips in the country in 1994. Obviously, leisure is not the only reason why Canadians travel; many business trips are also made. Including all main reasons for travelling, Canadians made a total of nearly 152 million trips within the country in 1994.

For the Canadian economy as a whole, and for the transportation, hotel, restaurant and entertainment industries in particular, the revenues generated from trips made by Canadians within their country represented $16 billion, or 2.3% of the gross domestic product (GDP) in 1994. In fact, revenues generated by domestic travel were 1.6 times greater than those generated by international travel[1] in Canada.

To describe the dynamics of the domestic travel market in Canada more clearly, this paper summarizes the relative standing of the provincial domestic travel markets based on one of their most important aspects, travel expenditures.

How is the domestic travel market measured?

For many years, volumes of travellers and expenditures have been used to measure the domestic travel market in this country. Seen from this perspective, it is undeniable that, over the years, the most populous provinces post the highest levels of domestic trips and travel expenditures in the country. Thus for demographic and economic reasons, Ontario, Quebec, British Columbia and Alberta represent the largest markets in terms of number of travellers and revenues for domestic travel. However, the place that the domestic travel market occupies in a province's economy is not necessarily related to the size

[1] *Data on expenditures by foreign travellers in Canada from the International Travel Study (ITS).*

Table 1

Incidence of trips by residents, by province, 1994

Province of origin	Total	In their province	In another province
Newfoundland	63%	57%	20%
Prince Edward Island	59%	19%	52%
Nova Scotia	66%	57%	34%
New Brunswick	62%	52%	36%
Quebec	54%	49%	14%
Ontario	57%	55%	13%
Manitoba	56%	45%	32%
Saskatchewan	78%	68%	51%
Alberta	80%	67%	48%
British Columbia	65%	56%	28%
Canada	61%	55%	22%

Source: Canadian Travel Survey

Travel-log

In This Issue...

Feature Article

Provincial Overview of Domestic Travel in 1994 1

Trends

Characteristics of International Travellers 8

International Travel Account 9

Travel Price Index 10

Touriscope Indicators 12

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

About the data

Source

Data used in the following text is derived from the Canadian Travel Survey, which is a supplement to the Labour Force Survey. The data cannot be compared with previous years because methodological changes in the 1994 survey caused a break in the historical statistical series.

Definition

A domestic trip is defined as being of 80 kilometers or more. It must be done by a Canadian and have a Canadian destination.

Figures on the number of travellers are measured as person-trips, that is the number of trips made by one Canadian multiplied by the number of people from the same household who were on each of those trips. If four persons go on a trip together, it counts as four person-trips. The provincial distribution of trips is made according to the main destination.

Expenditures reported by travellers cover all travel costs, including transportation, gasoline, accommodation, recreation and entertainment, and food and beverages. When travellers visited more than one province, the expenditures are generally allocated on the basis of the number of nights spent in each province.

of the province; nor is the ability of each of them to generate domestic travel market revenues. It may therefore be misleading to measure the vigour of travel markets by taking into consideration only the amount of expenditures and the number of trips. In this paper, several indicators will be used to compare different provinces to each other and to present a different picture of the country's domestic travel market.

First we shall attempt to define the importance of the market in the different provincial economies. To this end, one of the means used to understand the relative importance is to compare expenditures to the total goods and services produced in a territory, i.e. the GDP.

Then, to provide an indication of a province's ability to generate revenues in the domestic travel market, different indicators, such as the average expenditure per person and per trip, frequency of travel and the incidence of travel, will be used.

The relative importance of the provinces

Domestic travel in Prince Edward Island: the largest contribution to a provincial economy in the country

Prince Edward Island's domestic travel market occupied the most important place in a provincial economy in the country, despite the fact that revenues coming from domestic travel in Prince Edward Island represented only about 1% of the domestic travel market in the country (Chart A). Total revenues collected from Canadians travelling in Prince Edward Island represented 6.2% of all goods and services produced in that province, the highest ratio in the country.

One of the primary factors explaining the vitality of the domestic travel market in this province is the amount of expenditures by non-residents. In 1994, their spending represented 4.8% of the Prince Edward Island GDP, and these expenditures accounted for more than three-quarters of total travel expenditures in Prince Edward Island.

For the most part, the large number of non-resident visitors that the province attracted justifies this level of expenditures. In 1994, the province received 351 visitors for each 100 residents, by far the highest ratio in the country: six times higher than the national average (Chart B).

The significance of the contribution of trips made by non-residents becomes even clearer in light of the fact that Prince Edward Island has the country's lowest rate of travel by residents within their province[2].

Only 19% of adult[3] residents stated they had made a trip in their province in 1994 (Table 1).

[2] *Since distances in Prince Edward Island are short, this province has a low rate of travel.*

[3] *Unless otherwise indicated, an adult is defined as a person aged 15 or more.*

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor in Chief: *Monique Beyrouti*
Tel: (613-951-1673)
Fax: (613-951-2909)

Assistant: *Richard G.J. Chrétien*

Price: Canada: $12.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$15.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00 per issue, US$56.00 annually

Periodicity : Quarterly ISSN 0713-2840

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 1996. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of Appreciation

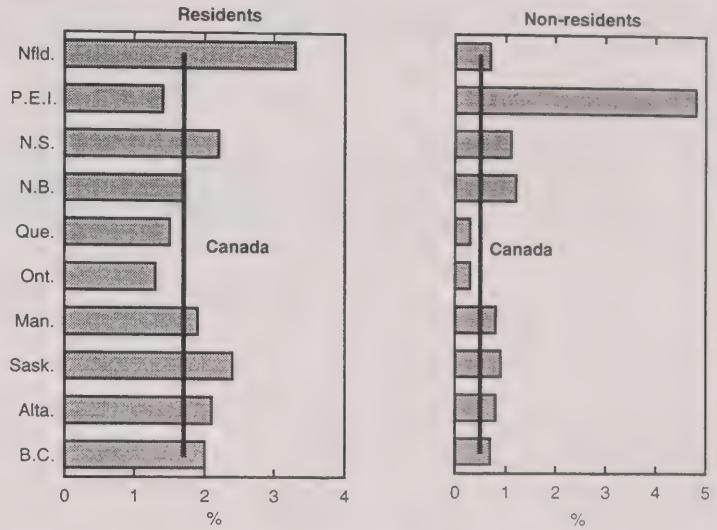
Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

In comparison to the national average of 33%, one out of two non-residents say their main reason for travelling to Prince Edward Island is for pleasure and to visit friends and relatives. This is, moreover, the most lucrative type of trip for the province, since it represents 33% of total expenditures by visitors from other provinces to Prince Edward Island.

In terms of frequency, the residents of this province make an average of 1.7 trips in their province, compared to the national average of 4.6 (Chart C). It should be noted, however, that the residents of Prince Edward Island spent the largest amounts in the country per trip within their province.

Chart A

Domestic travel expenditures as a percentage of GDP by province, 1994



Sources: National Accounts and Environment Division, Statistics Canada
Canadian Travel Survey

Newfoundland: residents who actively contribute to the travel market in their province

In 1994, Canadian travellers spent approximately $383 million during stays in Newfoundland (Table 2). These expenditures represented 3.9% of the province's GDP, placing Newfoundland second in the country in terms of the importance of domestic travel revenues for the economy of a province.

As is the case in the majority of provinces, residents generated the greater part of expenditures in this part of the country. However, their contribution was much more significant in Newfoundland than elsewhere, amounting to 83% of total travel expenditures.

Compared to the national average, Newfoundlanders spent greater amounts during stays in their province, i.e. $114 per person per trip (Table 3). In total, the amounts spent by residents during intra-provincial trips represented 3.3% of the province's GDP, the highest ratio in the country. Of all Canadians, Newfoundlanders allocated the largest portion of their budget to travel expenses within their province, i.e. $39 per $1,000 of personal disposable income in 1994 (Chart D).

Despite the distance separating it from the other provinces, Newfoundland also succeeded in maintaining revenues from its non-resident travel market that were comparable to those collected throughout the country for this market. In 1994, non-residents left about $85 million here, an amount representing 0.7% of the province's GDP. The average expenditures, amounting to $398, are the highest in the country. Since the province posted the lowest ratio of visits in the country, attracting only 28 visitors for every 100 residents, these expenditures explain the vigour of the non-resident market.

In terms of non-resident trips to the province, Ontario was Newfoundland's principal client. The approximately 68,000 Ontarians who went there left $34.9 million, or 54.1% of the non-resident market. Close to three-quarters of these expenditures occurred during trips made primarily to visit friends or relatives. Ontarians travelling mainly for pleasure represented the other significant clientele in this province; they accounted for 21% of travel expenditures by Ontarians in Newfoundland.

Nova Scotia: large numbers of trips compared to its population

In 1994, Nova Scotia received $596 million in domestic travel revenues, amounting to 3.2% of its GDP.

Both the non-resident and resident travel markets brought significant revenues to the province.

Non-resident visitors brought in $194 million, amounting to 33% of the provincial travel market and 1% of the province's GDP. Average contribution made by this sector in other provincial economy was only 0.5% of GDP. The large number of visitors choosing Nova Scotia as their destination was one of the main factors explaining the size of the market. Receiving nearly 6 million visitors, Nova Scotia posted a ratio of non-resident visitors for each 100 residents that was 1.6 times higher than the Canadian average. Residents of Ontario, New Brunswick and Quebec were the province's main clients, leaving 33%, 25% and 17% of total non-resident expenditures respectively.

The performance of intra-provincial tourism is explained by a slightly higher incidence and frequency of travel than the national average. Residents of Nova Scotia allocate an important proportion

of their personal disposable income to domestic travel, at $46 per $1000 of personal disposable income.

Saskatchewan: great travellers

Saskatchewan ranked at the same level as with respect to importance of domestic travel revenues for the economy of its province, 3.2% of its GDP.

In brief, residents and non-residents made numerous trips in Saskatchewan, but their expenditures per trip were low.

More than two-thirds of the province's adult residents made at least one trip within their province in 1994, and they made an average of 6.9 trips during the year. This incidence and frequency of intra-provincial travel were the highest in the country, and were reflected in total expenditures, despite low expenditures per trip.

For each $1,000 of personal disposable income, residents devoted an average of $36 to trips within their province, the second highest amount in the country.

In total, expenditures for intra-provincial travel amounted to 2.4% of the GDP, ranking second behind Newfoundland.

Saskatchewan was also the destination for numerous trips by non-residents. It received 1.2 million visitors in 1994, that is, a ratio of 114 non-resident visitors per 100 resident, twice the national average. This large number of non-resident visitors to Saskatchewan generated expenditures equivalent to 0.9% of its GDP.

Alberta, Manitoba and British Columbia are the sources of Saskatchewan's principal out-of-province clientele. These provinces respectively generated 43%, 24% and 24% of the non-resident travel revenues.

New Brunswick: a market dominated by non-resident travellers

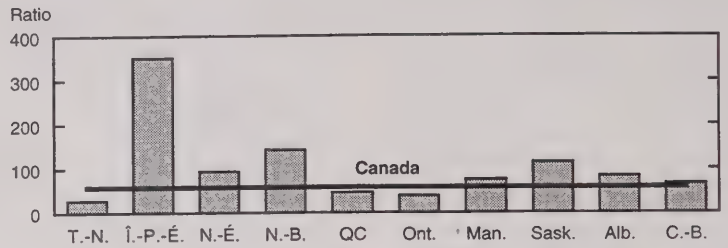
Fifth in the country in level of performance, the revenues generated by domestic travel represented 2.9% of the New Brunswick GDP. However, only 60% of domestic travel expenditures in New Brunswick came from travellers living in this province, compared to 77% for the national average.

For every 100 residents, New Brunswick received 143 non-resident visitors in 1994, the second highest ratio of visits in the country. However, just as in Saskatchewan, non-residents spent less per trip in this province than elsewhere in the country. Nevertheless, this market brought the province revenues in the order of $177 million, accounting for 1.2% of the provincial GDP. This performance indicator was 2.5 times higher in New Brunswick than elsewhere in the country. Pleasure travellers made up the clientele generating the most revenue (34%) in this province. Furthermore, nearly half of these expenditures were generated by the non-resident clientele. Half of these non-resident expenditures were provided by Quebecers.

In the market for visits to friends and relatives, second in size and accounting for 28% of expenditures, Ontarians, with 41% of the market, dominated the market share held by non-residents. Residents of

Chart B

Number of non-resident visitors per 100 residents, per province visited, 1994



Sources: Demography Division, Statistics Canada
Canadian Travel Survey

Table 2

Domestic travel expenditures by source, by province, 1994

	in millions		
Receiving province	total	residents	non-residents
Newfoundland	$383	$318	$65
Prince Edward Island	$150	$33	$116
Nova Scotia	$596	$402	$194
New Brunswick	$434	$258	$177
Quebec	$3,073	$2,581	$492
Ontario	$4,714	$3,905	$809
Manitoba	$673	$484	$190
Saskatchewan	$745	$545	$199
Alberta	$2,353	$1,729	$624
British Columbia	$2,765	$2,042	$723
Canada	$15,911[1]	$12,297	$3,614[1]

1 The Canada total exceeds the sum of the provinces because it includes the Yukon and the Northwest Territories
Source: Canadian Travel Survey

Nova Scotia and Quebec followed, with 25% and 24% of the market respectively.

Alberta: high expenditures and travel volume

For the residents of Alberta, revenues collected from domestic travel represented 2.9% of the province's GDP. This province is in sixth place in the country with regard to the importance of the domestic travel market to the provincial economy.

The strength of the resident travel market is based on several factors. First, like the residents of Saskatchewan, Albertans are great travellers. In 1994, 67% of the province's adult residents made at least one trip within their province, the second highest incidence of intra-provincial travel in the country. Albertan travellers also had a significant frequency of travel, with an average of 6.2 trips compared to the Canadian average of 4.6 trips. These travellers spent an average of $103 in their province.

The non-resident travel market also presented a strong profile. A large number of visitors as well as high average expenditures allowed this province to collect nearly $625 million, 0.8% of the province's GDP.

Residents of British Columbia, Ontario and Saskatchewan represented the primary clientele travelling in Alberta.

British Columbia: high travel expenditures

In 1994, British Columbia ranked seventh in the country with regard to the relative contribution of the domestic travel market in the economy of this province. Domestic travel expenditures represented 2.8% of the provincial GDP.

In 1994, the domestic travel market in this province had a similar profile to that of Alberta. Expenditures per trip were high in both provinces. Expenditures per person and per trip by residents and non-residents in British Columbia were among the highest in the country, with $139 for residents and $299 for non-residents. The province received 66 non-resident visitors per 100 residents in 1994, a ratio close to the Canadian average. However, since they spent higher amounts per trip, this resulted in travel revenues from non-residents being among the largest in the country. In fact, these revenues, amounting to $723 million, are only surpassed by Ontario.

Trips whose primary objective was business constituted the main source of domestic travel revenues (30%) for British Columbia, and three-quarters of that came from residents. In the non-resident market, Ontarians on business trips provided more than 56% of revenues collected for this type of travel in the province. Alberta represented the other important business clientele.

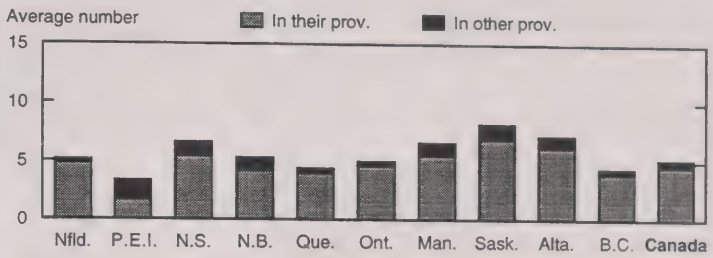
Travel mainly for the purpose of visiting friends and relatives was the second most important market for British Columbia.

Furthermore, the non-resident travel market in British Columbia is very concentrated, with Alberta and Ontario generating nearly 80% of the non-resident travel revenues in the province. Of all the inter-provincial markets in the country, these were the largest.

Despite the apparent size of the non-resident travel market, their share of travel expenditures in relation to the province's GDP is the same as in Newfoundland. The non-resident market represented 0.7% of the GDP in these two provinces.

Chart C

Average number of trips by residents, by province of origin, 1994



Source: Canadian Travel Survey

Manitoba

Situated more or less midway between the east and west coasts of the country, Manitoba presented a domestic travel market composition most similar to the Canadian profile. Domestic travel expenditures represented 2.7% of the GDP in this province, of which 1.9% was generated by residents and 0.8% by non-residents.

The ability of this province to generate expenditures by its residents was once again close to the Canadian average. Although fewer Manitobans travelled and spent less per trip, in comparison with the Canadian average, they represented the third highest frequency of travel in the country, with 5.5 intra-provincial trips per resident. In this respect, the travel habits of Manitobans were close to those of their Prairie neighbours.

Compared to the Canadian average, Manitoba received 17 more visitors for every 100 residents, i.e. 75. During their stays in this province, visitors spent $96 per person and per trip.

Business travellers spent the most in Manitoba (38% of total expenditures). More than 70% of total expenditures on travel primarily for business came from residents of the province. Travellers from Ontario (29% of the non-resident market), Alberta (27%), British Columbia (16%) and Saskatchewan (14%) made up the principal markets coming from outside the province.

The pleasure travel market occupied second place in importance, accounting for 28% of total expenditures. Ontarians and residents of the Prairies and the West made up the principal clientele from outside the province.

Lastly, with 22% of total expenditures, trips primarily to visit friends and relatives

represented the third market in importance in the province. This market was the one where the share held by the non-resident market was the most important, i.e. nearly 40%. Residents of Alberta, Ontario, British Columbia and Saskatchewan spent the most in the province for this type of trip.

Quebec: sizeable travel expenditures, homebody residents

Reaping one-fifth of all of the domestic travel revenues in the country, Quebec held second place with regard to the size of expenditures for domestic travel in one province. Amounting to more than $3 billion, domestic travel expenditures in this province represented 1.8% of the GDP. With regard to the place this market occupied in the provincial economy, Quebec placed next to last in the country. Given the volume of business and the diversification of this economy, it is not surprising that the domestic travel market did not occupy as important a position as that which it occupied in other provinces. Moreover, on examination of other indicators, this market showed some signs of weakness.

In general, the volume of visitors and domestic travel expenditures in Quebec is lower than the Canadian average in both the resident and non-resident markets. In the resident market, only 49% of Quebeckers aged 15 and over stated they had made at least one trip in Quebec in 1994, with an average of 4 trips during the year. In addition, they spent an average of only $89 per trip. The combination of these factors meant that Quebeckers spent only $23 on their intra-provincial trips for each $1,000 of personal disposable income. With regard to the non-resident market, the province received only 46 visitors for every 100 residents, as compared to the Canadian average of 58. These visitors spent an average of $148 during a stay in Quebec, the lowest average in the country.

Travellers whose primary purpose for the trip was pleasure generated the most revenues. Among non-residents, Ontarians accounted for 70% of the expenditures for this type of trip; Nova Scotia and New Brunswick followed with 9% and 7%, respectively.

Business trips represent the second main reason for a non-resident to travel in Quebec. Ontarians accounted for more than half of the total non-resident expenditures for this type of trip. Residents of British Columbia, Alberta, New Brunswick and Manitoba made up the other main clientele for this market, each group representing about 10% of the total.

Table 3

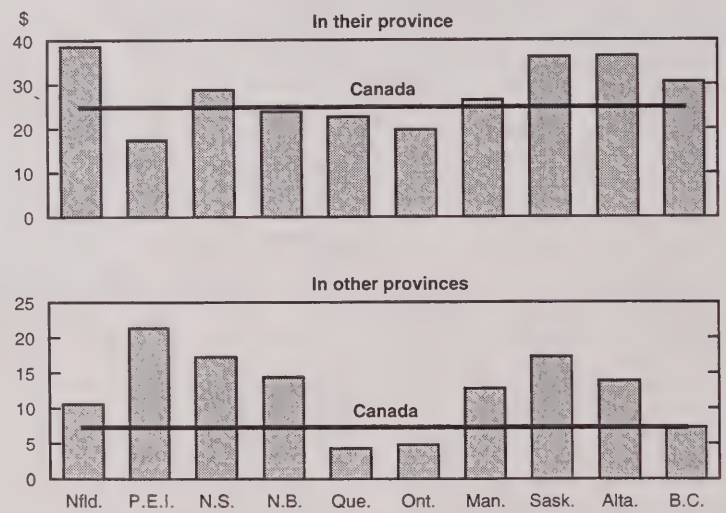
Average spending during a domestic trip, by province, 1994

Receiving province	Total	Residents	Non-residents
Newfoundland	$130	$114	$398
Prince Edward Island	$213	$145	$246
Nova Scotia	$101	$80	$221
New Brunswick	$102	$81	$163
Quebec	$95	$89	$148
Ontario	$87	$78	$193
Manitoba	$96	$78	$225
Saskatchewan	$92	$78	$172
Alberta	$124	$103	$275
British Columbia	$161	$139	$299
Canada	$105	$91	$215

Source: Canadian Travel Survey

Chart D

Average propensity to spend on domestic travel per $1,000 personal disposable income by province, 1994



Source: Canadian Travel Survey

Ontario: the highest domestic travel expenditures, the least important market for a provincial economy

In 1994, Ontario headed the list of provinces with regard to domestic travel expenditures within its borders. In fact, the residents and non-residents who

travelled in this province spent amounts unequalled in other provinces. Thus, in 1994, Ontario collected a third of all revenues from Canadians travelling in their country.

However, as in the case of Quebec, the place occupied by the travel market in the economy of the province was lower than the national average. In Ontario, domestic travel revenues represented only 1.6% of the provincial GDP, the lowest ratio in the country. Once again, this result was predictable, given the magnitude and diversity of the Ontario economy. Just as in Quebec however, other indicators show that there are some weaknesses in the Ontario domestic travel market.

Table 5

Distribution of domestic travel expenditures, by receiving province, 1994

Newfoundland	2.4%
Prince Edward Island	0.9%
Nova Scotia	3.7%
New Brunswick	2.7%
Quebec	19.3%
Ontario	29.6%
Manitoba	4.2%
Saskatchewan	4.7%
Alberta	14.8%
British Columbia	17.4%
Canada	100%[1]

1 The Canada total exceeds the sum of the provinces because it includes the Yukon and the Northwest Territories

Source: Canadian Travel Survey

For example, in the resident market, Ontarians spent an average of $13 less than the Canadian average during trips within their province.

In the non-resident market, Ontario attracted only 38 visitors per 100 residents in 1994, one of the lowest ratios in the country and only ahead of Newfoundland in this area. In addition, during a stay in Ontario, non-residents spend an average of $193, as compared to the national average of $215.

Trips made primarily for business accounted for more than a third of the non-resident market in Ontario. Quebeckers provided 36% of the revenues generated by this type of trip. Albertans and British Columbians made up the other main business trip clientele in Ontario, accounting for 25% and 18% of the expenditures respectively.

The pleasure travel market is second in importance in Ontario, representing 32% of non-resident expenditures.

Table 4

Distribution of domestic travel expenditures, by main purpose of trip, by province, 1994

Receiving province	Business	Visiting friends/ relatives	Pleasure	Personal reasons
Newfoundland	26%	23%	31%	20%
Prince Edward Island	17%	32%	42%	9%
Nova Scotia	28%	27%	33%	12%
New Brunswick	24%	28%	34%	14%
Quebec	31%	22%	40%	7%
Ontario	35%	24%	32%	9%
Manitoba	38%	22%	28%	12%
Saskatchewan	36%	23%	25%	16%
Alberta	38%	21%	30%	11%
British Columbia	30%	24%	39%	7%
Canada	33%	23%	34%	10%

Source: Canadian Travel Survey

Conclusion

The existing disparities between the Canadian provinces result in some of them presenting domestic travel revenues that are higher than others. We must, however, keep in mind that although some provinces are not at the head of the list, revenues generated by domestic travel still occupy an important place in this area. It is possible for a province where travel is weak in comparison to other provinces to support a dynamic and vigourous domestic travel industry, as in Prince Edward Island, Newfoundland and Saskatchewan.

Without claiming to judge the performance of the provinces vis-à-vis their domestic travel markets, the use of a different analytical framework has allowed this paper to present the situation from a new angle, with a different perspective that reveals the efforts of some provinces which might otherwise go unnoticed.

For several provinces, the travel market represents a market to be developed to stimulate regional economies and create jobs. It is now recognised that tourism industry has the ability to create jobs at a faster rate than the economy as a whole. In examining the place that tourism, and indirectly the travel market, occupies in some provincial economies, it appears that a number of provinces are banking on this economic development strategy.



Please forward your name, old address, new address, telephone number and client reference number to:
Marketing Division, sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, Ontarion K1A 0T6; or call (613) 951-7277 or (613) 951-5078, or fax (613) 951-1584.

Please allow six weeks notice to ensure uninterrupted delivery.



Characteristics of International Travellers
Third quarter 1995

Notes to users
Data are not seasonally adjusted. Comparisons are made to the third quarter of previous years.

Canadians made 6.0 million overnight trips to foreign destinations during the third quarter of 1995. Most of these trips (5.0 million) were to the United States, where they spent close to $1.7 billion. Nonetheless, the number of overnight trips to the U.S. remained well below the record 7.0 million trips made during the third quarter of 1991. At that time, the Canadian dollar's value averaged US$0.87 compared to US$0.74 in the third quarter of 1995.

For the most part, Canadians travel to the U.S. by car. Residents of Canada made 3.8 million overnight trips using this mode of transportation during the third quarter of 1995, unchanged from the same period a year earlier.

Air travel, facilitated by the signing of the Open Skies bilateral agreement by Canada and the United States in February 1995, increased significantly from the previous year. Canadians made 742,000 overnight plane trips to the U.S., up 9.4% from the third quarter of 1994.

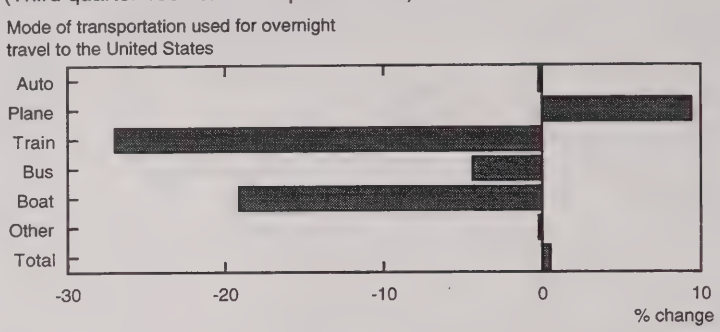
Half of these plane trips were made by residents of Ontario, with residents of Quebec and British Columbia accounting for another 30%. Only Quebec and Newfoundland residents made fewer plane trips during the summer of 1995.

Growth in business travel to the U.S.
An important factor contributing to the increase in air travel was the growth in business trips. Including all modes of transportation, business travel increased 11.9% from the third quarter of 1994. Most Canadians on overnight business trips to the U.S. travel by air. During the third quarter of 1995, 61% of such trips were by plane, compared to only 8.6% for all other purposes of travel.

Business travel's share of travel to the U.S. has been growing. During the third quarter of 1990, 7.6% of overnight travel by Canadians to the U.S. was for business purposes. This share stood at 11.6% during the summer of 1995.

This growth in business travel is significant because, although business trips tend to be shorter than trips for other purposes, such as pleasure and visiting friends and relatives, overall spending during business trips is substantially higher. Average trip spending by Canadians on overnight business trips to the U.S. during the third quarter of 1995 was $610; in comparison, expenditures during overnight trips for other reasons averaged $300.

Overnight travel by plane to the United States on the rise
(Third quarter 1994 to Third quarter 1995)

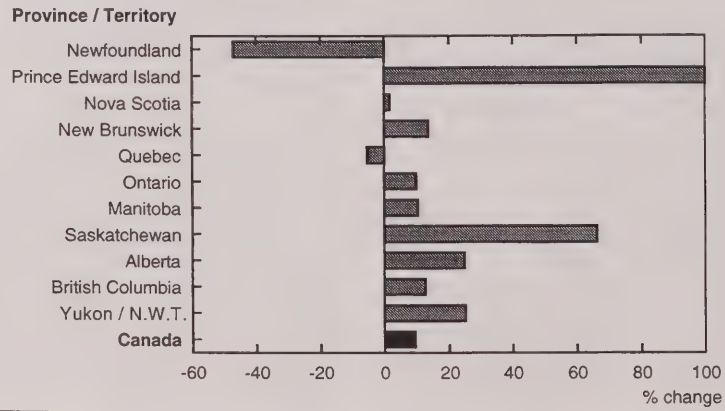


Canadians love New York
Summer is still the time of the year when Canadian vacationers travel the most. In July, August and September 1995, 61% of overnight trips to the United States undertaken by Canadians were for pleasure, recreation and holidays.

New York was by far the most popular state for this type of travel. Canadians made 1.1 million visits to that state, leaving behind $197 million. Other states bordering Canada (such as Washington, Vermont, Maine, New Hampshire and Michigan) were also favourite vacation spots for Canadians.

Various statistical profiles and microdata files of characteristics of international travellers for the third quarter of 1995 are now available. For further information, contact Ruth Martin, International Travel Section, (613-951-1791, fax: 613-951-2909).

Overnight air travel to the U.S. increased in most provinces
(Third quarter 1994 to Third quarter 1995)





International Travel Account, Annual and Fourth Quarter 1995
(preliminary)

Note to users

Unless otherwise stated, quarterly data used in this text are seasonally adjusted. Receipts and payments are not adjusted for inflation.
Receipts represent spending by foreigners in Canada as well as international transportation fares paid to Canadian carriers. Payments represent spending by Canadians abroad as well as international transportation fares paid to foreign carriers.

Annual 1995

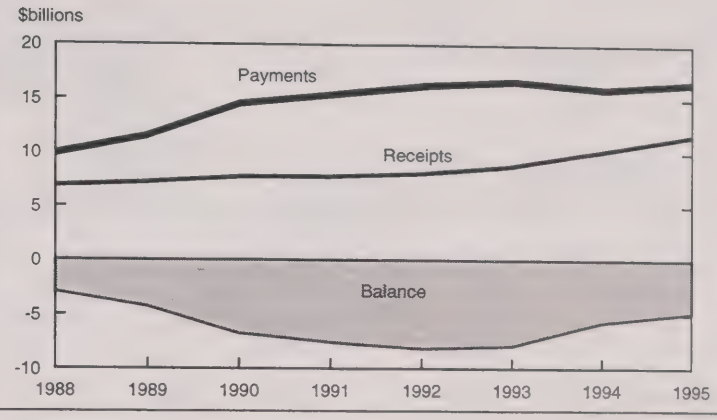
A record number of visitors to Canada and the weakness of the Canadian dollar, which depreciated against the currencies of all G-7 countries except Italy's lira, contributed to generate record international travel receipts in 1995. Foreign travellers spent $11.7 billion in Canada, 14.6% more than the previous year. During the same period, spending by Canadians travelling abroad increased by substantially less (+3.7%). As a result, the international travel account deficit improved by 15.5% to $4.9 billion, its lowest level since 1989.

The travel account deficit peaked in 1992, at $8.2 billion. At the time, that amount represented 31.5% of the current account deficit. By 1994 (the most recent year of available data) that proportion had dropped by nearly six percentage points.

Overseas visitors spent record amount

Receipts from overseas visitors reached a new high for a fourth consecutive year. They visited in record numbers in 1995 and spent $5.4 billion, a 20% jump from the previous year.

Canada's international travel account deficit was at its lowest level since 1989



Overseas visitors have benefited the Canadian economy more and more over the years. In 1991, the long-term upward trend in receipts from residents of overseas countries paused, reflecting the uncertainty caused by the Gulf War. Since then, spending by these visitors has increased 63%. It has doubled since 1988. In 1988, overseas residents generated 38% of Canada's international travel receipts; in 1995, that proportion stood at 46%.

Canadians are also travelling to countries other than the United States in increasing numbers. The amount spent overseas in 1995 ($6.6 billion) was the highest on record. Nonetheless, the gap between receipts from overseas visitors in Canada and payments by Canadians travelling overseas closed substantially (24%) to $1.3 billion, the smallest deficit in 9 years.

Americans spending more in Canada

After dropping by 9.3% between 1993 and 1994, spending by Canadian travellers in the United States was up slightly in 1995. The 0.9% increase brought the payments to our neighbours to the south to $9.9 billion. This amount is still well below the peak of $11.0 billion reached in 1992.

This slight increase in payments to the United States was more than compensated for by increased receipts generated by Americans travelling in Canada (up 10% to $6.3 billion). As a result, the gap between the two amounts - Canada's travel account deficit with the United States - fell 12%, to $3.6 billion.

Fourth quarter of 1995

Both the international travel account receipts and payments reached new peaks in the fourth quarter of 1995, at $3.1 billion and $4.3 billion respectively. The difference - the international travel account deficit - represented a 4.3% increase from the previous quarter.

Even though the percentage increase in the receipts from American visitors (8.5%) was greater than the increase of payments by Canadians in the United States (6.4%), the travel account deficit with the United States still went up, reaching $901 million. Meanwhile, the difference between payments by Canadians travelling in countries other than the United States and receipts from overseas visitors also increased in the fourth quarter, rising by 9.8% to $302 million.

For further information, contact Ruth Martin (613-951-1791, fax: 613-951-2909), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.



Travel Price Index, Year 1995 and Fourth Quarter 1995

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used when travelling in Canada. Price movements are derived from detailed Consumer Price Index (CPI) series.

TPI increases 3.5% between 1994 and 1995

Between 1994 and 1995, prices for almost all TPI components increased, and the few decreases recorded were too weak to hold back this advance. Travel and car rental prices saw the greatest increases compared to the previous year, being 9.8% and 8.0% respectively. In total, the TPI rose 3.5% between 1994 and 1995.

TPI up 2.8% compared to the same period last year

The TPI was up 2.8% compared to the fourth quarter of 1994. In fact, almost all travel-related goods and services in Canada cost more in the fourth quarter of 1995. Only the price of personal care products and of photographic supplies and services dipped slightly. During the same period, the CPI rose 2.1%.

TPI down 3.0% compared to last quarter

During the fourth quarter of 1995, the Canadian Travel Price Index dropped 3.0% compared to the previous quarter. In comparison, the cost of all goods and services recorded by the Consumer Price

The Travel Price Index (TPI) and its Components,
(not seasonally adjusted, 1986 = 100)

Components of the TPI[1]	Fourth Quarter 1995	% Change: Third Quarter 1995	% Change: Fourth Quarter 1994	Year 1995	% Change: 1994-1995
Inter-city transportation	151.0	-2.5	1.1	149.0	3.1
Local and commuter transportation	166.4	3.1	5.6	161.3	2.7
Rental and leasing of automotive vehicles	139.3	2.4	8.5	132.8	8.0
Operation of automotive vehicles	140.7	-0.9	3.3	140.9	4.4
Traveller accommodation	134.0	-13.6	7.2	135.5	9.8
Food	125.7	-0.3	1.9	126.3	2.4
Alcoholic beverages	145.3	0.6	2.0	144.1	1.3
Clothing and footwear	131.2	-0.2	0.1	131.8	0.0
Medicinal and pharmaceutical products	152.2	-0.7	0.2	152.5	-0.1
Personal care	130.7	0.0	-0.4	131.1	-0.7
Photographic equipment	109.9	0.0	0.2	109.7	0.3
Photographic services and supplies	118.9	1.2	-0.1	117.7	-1.0
Reading materials and other printed matter	165.7	-0.1	7.0	162.7	6.5
Tobacco products and smokers' supplies	142.5	0.1	4.5	140.9	-2.8
Travel Price Index (TPI)	141.5	-3.0	2.8	141.2	3.5
Consumer Price Index (CPI)	133.9	0.0	2.1	133.5	2.1

[1] *The following TPI components are not published by the Division: Admission to entertainment; Use of recreational vehicles, records, compact discs and pre-recorded audio magnetic tapes; Use of recreational sports and health facilities.*

Source: Prices Division; The Consumer Price Index, Catalogue no. 62-001-XPB.

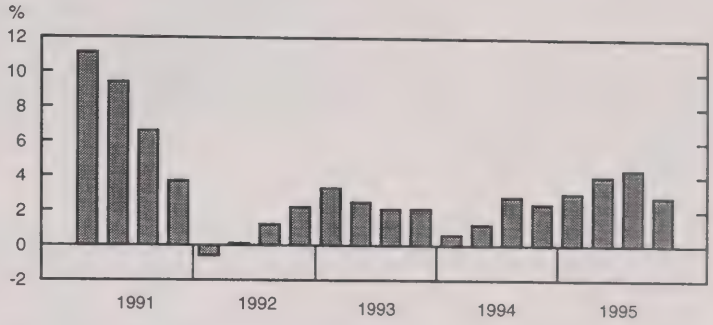
Index remained stable when measured against the third quarter of 1995 (see Touriscope Indicators, page 12).

The decline in the TPI between the third and fourth quarters of 1995 is for the most part attributable to the seasonal dip in the price of accommodation, which was in the order of 13.6%. The record number of foreign visitors to Canada had triggered a strong rise in accommodation expenses in July 1995. The decrease in the last quarter of 1995, particularly in December, was therefore not only seasonal, but also reflected a tentative drop in the increased prices reached during the summer.

In addition, although travellers also benefitted from lower intercity transportation prices, they paid more for local and suburban transportation and for car rental.

Technical reports on the Travel Price Index are available from the Travel, Tourism and Recreation Section at (613) 951-1673.

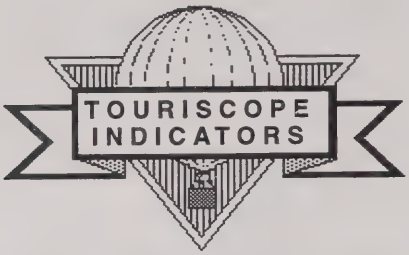
Travel Price Index, Percentage Change from Preceding Year



Source: Education, Culture and Tourism Division

Standards of service to the public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.



	Fourth Quarter			Year		
	1994	1995	% Change	1994	1995	% Change
VISITORS TO CANADA (000s)						
From United States	7,266	7,430	2.3	34,859	37,330	7.1
Overnight visits	2,043	2,104	3.0	12,542	12,933	3.1
- By auto	1,357	1,315	-3.1	8,642	8,702	0.7
From Overseas	647	739	14.2	3,792	4,327	14.1
Overnight visits	590	681	15.4	3,458	3,963	14.6
Top Seven Countries:						
United Kingdom	99	111	12.1	582	645	10.8
Japan	92	116	26.1	483	591	22.4
France	52	58	11.5	410	434	5.9
Germany	51	59	15.7	372	427	14.8
Hong Kong	25	33	32.0	130	174	33.8
Australia	24	27	12.5	119	143	20.2
Italy	16	15	-6.3	97	101	4.1
CANADIANS OUTSIDE CANADA (000s)						
To United States	12,286	11,827	-3.7	54,313	52,153	-4.0
Overnight visits	2,951	2,972	0.7	14,970	14,645	-2.2
- By auto	1,867	1,780	-4.7	10,057	9,686	-3.7
To Overseas	671	701	4.5	3,374	3,543	5.0
INDUSTRY						
Airline passengers (Level I) (000s)	4,498	4,996	11.1	19,126	20,781	8.7
Airline passenger-km (Level I) (000,000s)	10,422	11,497	10.3	45,281	50,424	11.4
PRICES						
1986 = 100 (not s.a.)						
Travel Price Index	137.7	141.5	2.8	136.4	141.2	3.5
Consumer Price Index	131.2	133.9	2.1	130.7	133.5	2.1
- Restaurant meals	140.2	142.8	1.9	139.3	142.0	1.9
- Inter-city transportation	149.3	151.0	1.1	144.5	149.0	3.1
- Renting and leasing of automotive vehicles	128.3	139.3	8.6	123.0	132.8	8.0
- Gasoline	117.8	120.5	2.3	117.0	122.4	4.6
ECONOMIC						
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.) (000,000s)	541,224	543,017	0.3	531,951	542,497	2.0
- Amusement and recreation (000,000s)	4,736	5,014	5.9	4,615	4,975	7.8
- Accommodation and food services (000,000s)	11,974	11,934	-0.3	11,729	11,822	0.8
Personal disposable income per capita (s.a.)	17,117	17,260	0.8	17,018	17,283	1.6
LABOUR (000s)						
Labour force (s.a.)	14,897	14,960	0.4	14,832	14,929	0.7
Unemployed	1,455	1,410	-3.1	1,540	1,422	-7.7
Employed	13,442	13,550	0.8	13,292	13,508	1.6
- Accommodation and food services (not s.a.)	849	858	1.1	838	861	2.7
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)						
American Dollar	1.3678	1.3560	-0.9	1.3657	1.3724	0.5
British Pound	2.1671	2.1158	-2.4	2.0928	2.1664	3.5
Japanese Yen	0.0138	0.0134	-2.9	0.0134	0.0147	9.7
German Mark	0.8863	0.9525	7.5	0.8443	0.9589	13.6
French Franc	0.2581	0.2753	6.7	0.2468	0.2754	11.6

(s.a.) seasonally adjusted.



	Quatrième trimestre			Année		
	1994	1995	Variation en %	1994	1995	Variation en %
VISITEURS AU CANADA (en milliers)						
Des États-Unis	7 266	7 430	2,3	34 859	37 330	7,1
Visites d'une nuit ou plus	2 043	2 104	3,0	12 542	12 933	3,1
– Par auto	1 357	1 315	-3,1	8 642	8 702	0,7
Des pays d'outre-mer	647	739	14,2	3 792	4 327	14,1
Visites d'une nuit ou plus	590	681	15,4	3 458	3 963	14,6
Les sept pays les plus populaires:						
Royaume-Uni	99	111	12,1	582	645	10,8
Japon	92	116	26,1	483	591	22,4
France	52	58	11,5	410	434	5,9
Allemagne	51	59	15,7	372	427	14,8
Hong Kong	25	33	32,0	130	174	33,8
Australie	24	27	12,5	119	143	20,2
Italie	16	15	-6,3	97	101	4,1
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)						
Aux États-Unis	12 286	11 827	-3,7	54 313	52 153	-4,0
Visites d'une nuit ou plus	2 951	2 972	0,7	14 970	14 645	-2,2
– Par auto	1 867	1 780	-4,7	10 057	9 686	-3,7
Outre-mer	671	701	4,5	3 374	3 543	5,0
INDUSTRIE						
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	4 498	4 996	11,1	19 126	20 781	8,7
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	10 422	11 497	10,3	45 281	50 424	11,4
PRIX						
1986 = 100 (non dés.)						
Indice des prix des voyages	137,7	141,5	2,8	136,4	141,2	3,5
Indice des prix à la consommation	131,2	133,9	2,1	130,7	133,5	2,1
– Aliments achetés au restaurant	140,2	142,8	1,9	139,3	142,0	1,9
– Transport interurbain	149,3	151,0	1,1	144,5	149,0	3,1
– Location de véhicules automobiles	128,3	139,3	8,6	123,0	132,8	8,0
– Essence	117,8	120,5	2,3	117,0	122,4	4,6
ÉCONOMIQUE						
Produit intérieur brut, au prix de 1986 (dés.) (en millions)	541 224	543 017	0,3	531 951	542 497	2,0
– Divertissements et loisirs (en millions)	4 736	5 014	5,9	4 615	4 975	7,8
– Hébergement et restauration (en millions)	11 974	11 934	-0,3	11 729	11 822	0,8
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 117	17 260	0,8	17 018	17 283	1,6
TRAVAIL (en milliers)						
Population active (dés.)	14 897	14 960	0,4	14 832	14 929	0,7
Chômeurs	1 455	1 410	-3,1	1 540	1 422	-7,7
Personnes occupées	13 442	13 550	0,8	13 292	13 508	1,6
– Hébergement et restauration (non dés.)	849	858	1,1	838	861	2,7
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)						
Dollar des États-Unis	1,3678	1,3560	-0,9	1,3657	1,3724	0,5
Livre sterling	2,1671	2,1158	-2,4	2,0928	2,1664	3,5
Yen du Japon	0,0138	0,0134	-2,9	0,0134	0,0147	9,7
Mark de l'Allemagne	0,8863	0,9525	7,5	0,8443	0,9589	13,6
Franc de France	0,2581	0,2753	6,7	0,2468	0,2754	11,6

(dés.) désaisonnalisées.

hausses de 9,8% et 8,0% respectivement. Au total, l'IPV a augmenté de 3,5% entre 1994 et 1995.

L'IPV en hausse de 2,8% par rapport à la même période de l'année dernière

Comparativement au quatrième trimestre de 1994, l'IPV était en hausse de 2,8%. En fait, il en coûtait plus aux voyageurs au quatrième trimestre de 1995 pour à peu près tous les biens et services utilisés lors de voyages au Canada. Seuls le prix des produits de soins personnels ainsi que celui des fournitures et services photographiques étaient légèrement en baisse. Durant la même période, l'IPC a avancé de 2,1%.

L'IPV recule de 3,0% par rapport au trimestre précédent

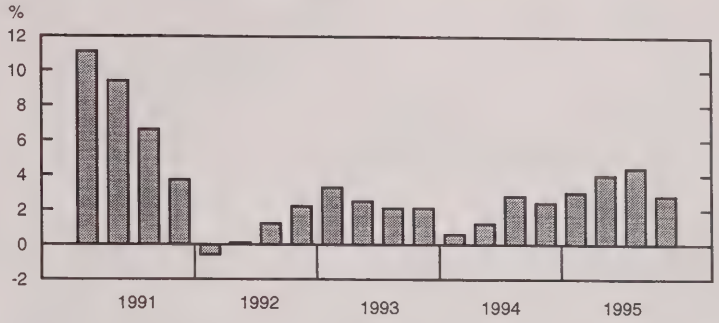
Au cours du quatrième trimestre de 1995, l'Indice des prix des voyages au Canada a diminué de 3,0% par rapport au trimestre précédent. En comparaison, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation est demeuré stable au troisième trimestre de 1995 (voir Indicateurs de Touriscope à la page 12).

Le recul de l'IPV entre les troisième et quatrième trimestres de 1995 est en grande partie attribuable à la baisse saisonnière du prix de l'hébergement, qui était de l'ordre de 13,6%. Le nombre record de visiteurs étrangers au Canada avait provoqué une forte hausse des frais d'hébergement en juillet 1995. La baisse au dernier trimestre de 1995, particulièrement en décembre était donc non seulement saisonnière, mais reflétait aussi la tentative de baisser les prix élevés atteints durant l'été.

Par ailleurs, si les voyageurs ont aussi profité d'une baisse de prix du transport interurbain, ils ont cependant déboursé plus pour le transport local et de banlieue ainsi que pour la location de véhicules automobiles.

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613) 951-1673.

Variation en pourcentage de l'Indice des prix des voyages par rapport à l'année précédente



Source: Division de l'éducation, de la culture et du tourisme

L'indice des prix des voyages et ses composantes
(non désaisonnalisée, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV[1]	4e trimestre 1995	Variation en % 3e trimestre 1995	Variation en % 4e trimestre 1994	Année 1995	Variation en % 1994-1995
Transport interurbain	151,0	-2,5	1,1	149,0	3,1
Transport local et de banlieue	166,4	3,1	5,6	161,3	2,7
Location de véhicules automobiles	139,3	2,4	8,5	132,8	8,0
Utilisation de véhicules automobiles	140,7	-0,9	3,3	140,9	4,4
Hébergement de voyageurs	134,0	-13,6	7,2	135,5	9,8
Aliments	125,7	-0,3	1,9	126,3	2,4
Boissons alcoolisées	145,3	0,6	2,0	144,1	1,3
Habillement et chaussures	131,2	-0,2	0,1	131,8	0,0
Médicaments et produits pharmaceutiques	152,2	-0,7	0,2	152,5	-0,1
Soins personnels	130,7	0,0	-0,4	131,1	-0,7
Matériel photographiques	109,9	0,0	0,2	109,7	0,3
Fournitures et services photographiques	118,9	1,2	-0,1	117,7	-1,0
Matériel de lecture et autres imprimés	165,7	-0,1	7,0	162,7	6,5
Produits du tabac et articles pour fumeurs	142,5	0,1	4,5	140,9	-2,8
Indice des prix des voyages	141,5	-3,0	2,8	141,2	3,5
Indices des prix à la consommation	133,9	0,0	2,1	133,5	2,1

[1] *Les composantes de l'IPV qui suivent ne sont pas publiées par la Division des prix: Droits d'entrées aux spectacles; Utilisation de véhicules de loisirs, Disques, disques audionumériques et bandes magnétiques audio pré-enregistrées; Droits pour usage unique d'installations de loisirs, de sport et de santé.*

Source: Division des prix; L'Indice des prix à la consommation, nº 62-001-XPB au catalogue.

En 1992, le déficit au compte des voyages culminait à 8,2 milliards$. Ce montant représentait alors 31,5% du déficit au compte courant. En 1994, cette proportion avait baissé de près de 6 points de pourcentage.

Les visiteurs d'outre-mer ont dépensé un montant record

Pour une quatrième année consécutive, les recettes provenant des visiteurs de pays autres que les États-Unis ont atteint un sommet. Ces derniers ont visité le Canada en nombre record et y ont déboursé 5,4 milliards$, un bond de 20% comparativement à l'année précédente.

L'apport des visiteurs d'outre-mer à l'économie canadienne a gagné en importance au cours des dernières années. Il y a eu une pause dans la tendance à la hausse à long terme des recettes provenant des résidents de pays autres que les États-Unis en 1991, reflétant l'incertitude créée par la guerre du golfe Persique. Les dépenses des visiteurs d'outre-mer au Canada ont depuis augmenté de 63%; elles ont même doublé depuis 1988. En 1988, les résidents d'outre-mer généraient 38% des recettes de voyages internationaux au Canada; en 1995, cette proportion s'établissait à 46%.

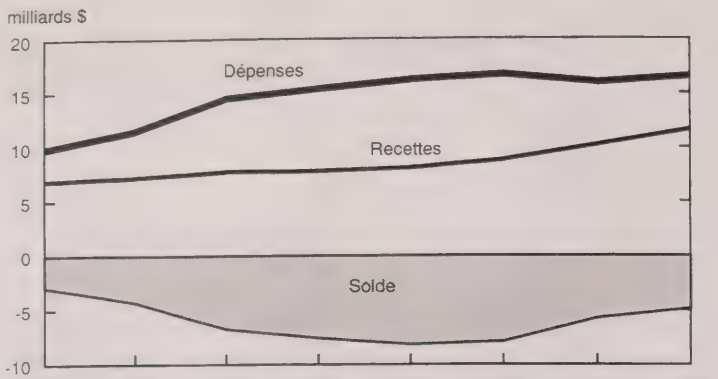
Les Canadiens voyagent également plus vers d'autres pays que les États-Unis et les sommes qu'ils y ont dépensé en 1995 (6,6 milliards$) sont les plus élevées à ce jour. L'écart entre les recettes provenant des visiteurs d'outre-mer et les dépenses des Canadiens voyageant outre-mer s'est amoindri de 24%, pour atteindre 1.3 milliard$, le déficit le moins élevé en 9 ans.

Les Américains ont dépensé plus au Canada

Après avoir fléchi de 9,3% entre 1993 et 1994, les dépenses des voyageurs canadiens aux États-Unis étaient légèrement plus élevées en 1995. L'augmentation de 0,9% a porté le montant dépensé chez nos voisins du sud à 9,9 milliards$. Cette somme demeure cependant inférieure au sommet de 11,0 milliards$ dépensés en 1992.

La légère augmentation des dépenses des Canadiens aux États-Unis a été plus que compensée par des recettes accrues générées par les Américains lors de leurs voyages au Canada (en hausse de 10%, à 6,3 milliards$). Par conséquent, l'écart entre les deux montants - c'est-à-dire le déficit au compte des voyages du Canada avec les États-Unis - a diminué de 12%, pour se fixer à 3,6 milliards$.

Le déficit du compte des voyages internationaux du Canada était à son niveau le plus bas depuis 1989

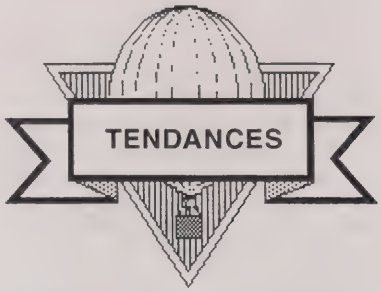


Quatrième trimestre de 1995

Les recettes et les dépenses au compte de voyages internationaux ont atteint des montants inégalés au quatrième trimestre de 1995, à 3,1 milliards$ et 4,3 milliards$ respectivement. La différence, soit le déficit au compte des voyages internationaux était 4,3% plus élevée qu'au cours du trimestre précédent.

Bien que l'augmentation en pourcentage des recettes provenant des visiteurs américains (8,5%) ait été supérieure aux dépenses des Canadiens voyageant aux États-Unis (6,4%), le déficit au compte des voyages avec les États-Unis a tout de même augmenté, passant à 901 millions$. Par ailleurs, la différence entre les dépenses des Canadiens voyageant dans des pays autres que les États-Unis et les recettes provenant des résidents d'outre-mer a aussi augmenté au quatrième trimestre, de 9,8%, pour s'établir à 302 millions$.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Ruth Martin, Section des voyages internationaux, par téléphone:(613) 951-1791 ou par télécopieur: (613) 951-2909.



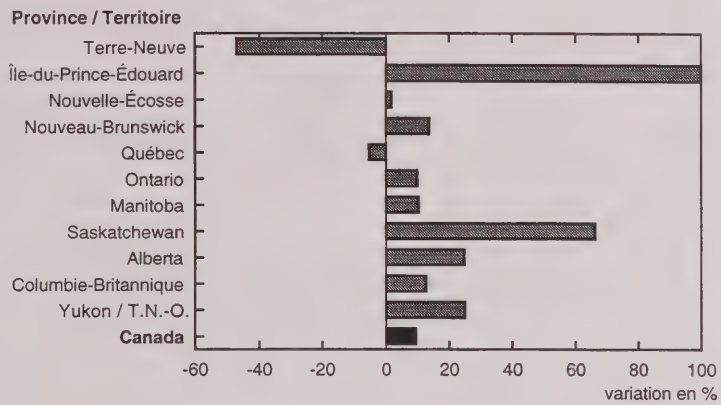
Indice des prix des voyages, année 1995 et quatrième trimestre de 1995

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

L'IPV progresse de 3,5% entre 1994 et 1995

Entre 1994 et 1995, les prix de presque toutes les composantes de l'IPV ont augmenté et les rares baisses enregistrées ont été trop faibles pour freiner la progression. L'hébergement des voyageurs ainsi que la location de véhicules automobiles ont connu les plus importantes augmentations de prix par rapport à l'année précédente avec des

Les voyages en avion d'une nuit ou plus des Canadiens aux É.-U. ont augmenté dans la plupart des provinces
(3e trimestre 1994 au 3e trimestre 1995)



nuit le font par avion. Pendant le troisième trimestre de 1995, 61% des voyages d'affaires ont été faits en avion, comparativement à 8,6% pour tous les autres motifs.

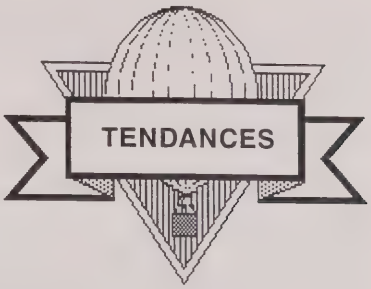
La proportion des voyages d'affaires aux États-Unis est en croissance. Au cours du troisième trimestre de 1990, 7,6% des voyages d'au moins une nuit aux États-Unis étaient des voyages d'affaires comparativement à 11,6% au cours de l'été 1995.

Cette croissance des voyages d'affaires est importante car bien qu'ils aient tendance à être plus courts que les voyages effectués pour d'autres raisons (telles que pour l'agrément ou pour visiter les parents et amis), les sommes dépensées lors de voyages d'affaires sont considérablement plus élevées. Au cours du troisième trimestre de 1995, les Canadiens en voyages d'affaires d'une nuit ou plus aux États-Unis dépensaient en moyenne 610$CAN par voyage comparativement à 300$CAN pour des voyages effectués pour d'autres raisons.

Les Canadiens aiment New York

C'est durant la période estivale que les vacanciers canadiens voyagent le plus. Au cours des mois de juillet, août et septembre 1995, 61% des voyages d'au moins une nuit entrepris par les Canadiens vers les États-Unis avaient pour motif principal l'agrément, les loisirs ou les vacances. New York était de loin l'état le plus populaire lors de voyages de ce genre. Les Canadiens y ont effectué 1,1 million de visites, laissant derrière eux 197 millions$. D'autres états limitrophes au Canada, tels que Washington, le Vermont, le Maine, le New Hampshire et le Michigan, étaient aussi des lieux de vacances favoris des Canadiens.

On peut obtenir divers profils statistiques ainsi que des fichiers de microdonnées sur les caractéristiques des voyageurs internationaux pour le troisième trimestre de 1995 en communiquant avec Ruth Martin, Section des voyages internationaux au (613) 951-1791 ou par télécopieur au (613) 951-2909.



Compte des voyages internationaux, année 1995 et quatrième trimestre de 1995
(données provisoires)

Notes aux utilisateurs

À moins d'avis contraire, les données trimestrielles mentionnées dans ce texte sont désaisonnalisées.

Les recettes et dépenses au compte des voyages internationaux ne sont pas ajustées pour tenir compte de l'inflation.

Les recettes représentent les dépenses des visiteurs sur le territoire canadien ainsi que les frais de transport internationaux payés à des transporteurs canadiens. Les dépenses représentent les dépenses des Canadiens sur un territoire étranger et les frais de transports payés à des transporteurs internationaux étrangers.

Année 1995

Un nombre record de visiteurs au Canada ainsi que la faiblesse du dollar canadien, qui a diminué face à toutes les devises des pays du Groupe des 7 (sauf la lire italienne), ont contribué à générer des recettes de voyages internationaux records en 1995. Les voyageurs étrangers ont dépensé 11,7 milliards$ au Canada, soit 14,6% de plus que l'année précédente. Comparativement, l'augmentation des dépenses des Canadiens (3,7%) lors de voyages à l'étranger au cours de la même période était nettement inférieure. Il en résulte une amélioration de 15,5% du déficit au compte des voyages internationaux, qui a atteint 4,9 milliards$ le plus bas niveau depuis 1989.

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

Tableau 5

Répartition des dépenses en voyages intérieurs selon la province réceptrice, 1994

Terre-Neuve	2,4%
Île-du-Prince-Édouard	0,9%
Nouvelle-Écosse	3,7%
Nouveau-Brunswick	2,7%
Québec	19,3%
Ontario	29,6%
Manitoba	4,2%
Saskatchewan	4,7%
Alberta	14,8%
Colombie-Britannique	17,4%
Canada	100%*

* *Le total du Canada dépasse la somme des chiffres des provinces parce qu'il comprend les données du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.*

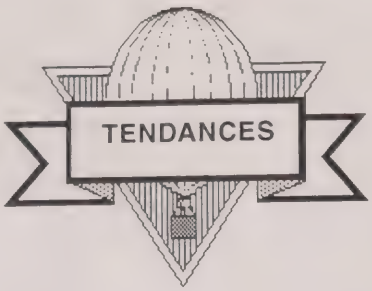
Source: Enquête sur les voyages des Canadiens

que l'économie totale. En examinant la place qu'occupe le tourisme et, indirectement le marché des voyages dans certaines économies provinciales, il semble que plusieurs provinces misent sur cette stratégie de développement économique.



Veuillez nous faire parvenir votre nom, ancienne adresse, nouvelle adresse, numéro de téléphone et numéro de référence du client à: **Division du marketing, Ventes et service, Statistique Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6**; ou composez le (613) 951-7277 ou (613) 951-5078, ou soumettez votre changement d'adresse par télécopieur au (613) 951-1584

Veuillez nous aviser six semaines à l'avance pour éviter toute interruption de la livraison.



Caractéristiques des voyageurs internationaux

Troisième trimestre de 1995

Note aux utilisateurs

Les données ne sont pas désaisonnalisées. Les comparaisons sont faites avec les troisième trimestres des années précédentes.

Année 1995

Les Canadiens ont effectué 6,0 millions de voyages d'une nuit ou plus à l'étranger au cours du troisième trimestre de 1995. La plupart de ces voyages (5,0 millions) avaient pour destination les États-Unis, où ils y ont dépensé près de 1,7 milliard$. Le nombre de voyages d'au moins une nuit demeure cependant bien en-deçà du record de 7,0 millions de voyages atteint au cours du troisième trimestre de 1991. À cette époque, le dollar valait 0,87$US comparativement à 0,74$US au troisième trimestre de 1995.

La plupart des Canadiens voyagent aux États-Unis en automobile. Les résidents du Canada ont fait 3,8 millions de voyages d'une durée d'une nuit ou plus en utilisant ce moyen de transport au troisième trimestre de 1995, soit le même niveau comparativement à la même période de l'année précédente.

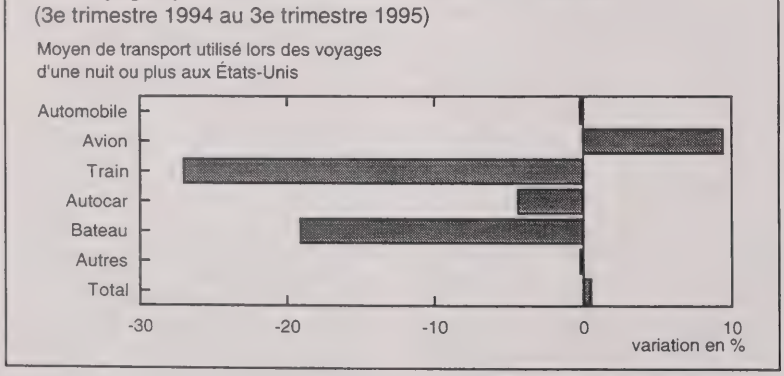
Les voyages par avion, rendus plus faciles grâce à la signature par le Canada et les États-Unis de l'accord aérien bilatéral "Ciel ouvert" en février 1995, ont augmenté de façon significative par rapport à l'année précédente. Les Canadiens ont effectué 742 000 voyages d'une nuit ou plus en avion aux États-Unis, soit 9,4% de plus qu'au cours du troisième trimestre de 1994.

Les résidents de l'Ontario ont réalisé la moitié de ces voyages alors que ceux du Québec et de la Colombie-Britannique comptaient pour un autre 30%. Les résidents du Québec et ceux de Terre-Neuve sont les seuls à avoir diminué le nombre de voyages en avion durant l'été 1995.

Augmentation des voyages d'affaires aux États-Unis

Un facteur important qui a contribué à l'augmentation des voyages par avion a été la croissance des voyages d'affaires. Tous moyens de transport confondus, ces voyages ont augmenté de 11,9% par rapport au troisième trimestre de 1994. La plupart des Canadiens qui voyagent aux États-Unis par affaires pour au moins une

Les voyages par avion aux États-Unis sont à la hausse
(3e trimestre 1994 au 3e trimestre 1995)



canadienne et ce, à la fois dans le marché des résidents et dans celui des non résidents. Ainsi, sur le marché des résidents, seulement 49% des Québécois âgés de 15 ans et plus ont déclaré avoir effectué au moins un voyage au Québec en 1994 avec en moyenne, 4 voyages au cours de l'année. De plus, ils ont dépensé en moyenne 89$ par voyage. La combinaison de ces facteurs fait que les Québécois n'ont dépensé que 23$ pour chaque 1 000$ de revenu disponible lors de voyages intra-provinciaux.

Quant au marché des non résidents, la province n'a accueilli que 46 visiteurs pour chaque 100 habitants, comparativement à la moyenne canadienne de 58. Ceux-ci ont dépensé en moyenne 148$ lors d'un séjour au Québec, soit la plus faible moyenne au pays.

Les voyageurs dont le but principal était l'agrément généraient le plus de recettes. Parmi les non résidents, les Ontariens effectuaient 70% des dépenses de ce type de voyage, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick suivaient avec respectivement 9% et 7%.

Les voyages d'affaires représentent la seconde raison principale pour un non résident de voyager au Québec. Les Ontariens ont effectué plus de la moitié des dépenses totales de non résidents pour ce genre de voyage. Les résidents en provenance de la Colombie-Britannique, de l'Alberta, du Nouveau-Brunswick et du Manitoba composaient les autres clientèles principales de ce marché, représentant chacun environ 10% de ce marché.

L'Ontario, les plus importantes dépenses de voyages intérieurs au pays, le marché le moins important pour une économie provinciale

En 1994, l'Ontario se retrouvait en tête de liste des provinces en ce qui a trait aux dépenses de voyages intérieurs effectuées sur son territoire. En effet, les résidents de même que les non résidents qui ont voyagé dans cette province ont dépensé des sommes inégalées dans d'autres provinces. Ainsi, l'Ontario récoltait, en 1994, le tiers des recettes totales de voyages des Canadiens dans leur pays.

Cependant, comme dans le cas du Québec, la place occupée par le marché des voyages dans l'économie de la province était inférieure à la moyenne nationale. En Ontario, les recettes de voyages intérieurs ne représentaient que 1,6% du PIB provincial, soit le plus faible ratio au pays. Une fois de plus, ce résultat était prévisible étant donné l'ampleur et la diversité de l'économie ontarienne. Cependant, tout comme au Québec, les autres indicateurs viennent cependant démontrer certaines faiblesses du marché des voyages intérieurs ontarien. Par exemple, sur le marché des résidents, les Ontariens ont dépensé en moyenne 13$ de moins que la moyenne canadienne, lors de voyages dans leur province.

Sur le marché des non résidents, l'Ontario n'a attiré en 1994 que 38 visiteurs par 100 résidents, soit un des ratios les plus faibles au pays, devançant uniquement Terre-Neuve à ce chapitre. De plus, lors d'un séjour en Ontario, les non résidents dépensent en moyenne 193$ comparativement à 215$ pour la moyenne nationale.

Les voyages effectués principalement pour affaires accaparaient plus du tiers du marché des non résidents en Ontario. Les Québécois fournissaient 36% des recettes générées par ce type de voyage. Les Albertains et les Britanno-Colombiens composaient les autres principales clientèles des voyages d'affaires en Ontario, fournissant respectivement 25% et 18% des recettes. Le marché des voyages effectués principalement pour agrément est le second en importance en Ontario représentant 32% des dépenses des non résidents.

Tableau 4

Répartition provinciale des dépenses en voyages intérieurs selon le principal motif de voyage, par province, 1994

Province réceptrice	Affaires	Visites de parents/amis	Agrément	Raisons personnelles
Terre-Neuve	26%	23%	31%	20%
Île-du-Prince-Édouard	17%	32%	42%	9%
Nouvelle-Écosse	28%	27%	33%	12%
Nouveau-Brunswick	24%	28%	34%	14%
Québec	31%	22%	40%	7%
Ontario	35%	24%	32%	9%
Manitoba	38%	22%	28%	12%
Saskatchewan	36%	23%	25%	16%
Alberta	38%	21%	30%	11%
Colombie-Britannique	30%	24%	39%	7%
Canada	33%	23%	34%	10%

Source: Enquête sur les voyages des Canadiens

Sommaire

Les disparités existantes entre les provinces canadiennes font que certaines d'entre elles présentent des recettes de voyages intérieurs plus élevées que certaines autres. Cependant, nous devons retenir que si certaines provinces ne s'affichent pas en tête de liste, les recettes générées lors de voyages intérieurs occupent tout de même une place importante sur leur territoire. Il est possible pour une province où les voyages sont faibles comparativement à d'autres provinces de présenter une industrie de voyages intérieurs dynamique et vigoureuse, tel qu'était le cas, nous l'avons vu, de l'Île-du-Prince-Édouard, de Terre-Neuve et de la Saskatchewan.

Sans avoir la prétention de juger la performance des provinces au niveau de leurs marchés de voyages intérieurs, l'utilisation d'un cadre analytique différent dans cet article a permis de présenter la situation sous un angle nouveau, avec un regard différent qui permet de laisser transparaître les efforts de certaines provinces qui autrement, pourraient passer inaperçues.

Le marché des voyages représente pour plusieurs provinces un marché à développer pour stimuler les économies régionales et créer des emplois. D'ailleurs, il est maintenant reconnu que l'industrie du tourisme requiert beaucoup de main-d'oeuvre et a démontré une capacité de création d'emploi à un rythme plus rapide

La capacité de cette province à générer des dépenses de ses résidents se rapprochait une fois de plus de la moyenne canadienne. Si comparativement à la moyenne canadienne, les Manitobains ont voyagé et ont dépensé moins par voyage, ils présentaient la troisième fréquence de voyage au pays, avec 5,5 voyages intra-provinciaux par résident. De ce point de vue, les habitudes de voyages des Manitobains se rapprochaient de celles de leurs compatriotes des Prairies.

Comparativement à la moyenne canadienne, le Manitoba a reçu 17 visiteurs de plus pour chaque 100 résidents, soit 75. Lors de séjours dans cette province, les visiteurs ont dépensé 96$ par personne et par voyage. Les voyageurs d'affaires ont cependant dépensé le plus au Manitoba (38% des dépenses totales). Les résidents de la province fournissaient plus de 70% des dépenses totales effectuées lors de voyages principalement pour affaires. Les voyageurs de l'Ontario (29% du marché des non résidents), de l'Alberta (27%), de la Colombie-Britannique (16%) et de la Saskatchewan (14%), composaient les principaux marchés en provenance de l'extérieur de la province.

Le marché des voyages d'agrément occupait la seconde place en importance, regroupant 28% des dépenses totales. Les Ontariens ainsi que les résidents des Prairies et de l'ouest constituaient les principales clientèles de l'extérieur de la province.

Finalement, avec 22% des dépenses totales, les voyages principalement pour visiter des amis et des parents représentaient le troisième marché en importance dans la province. Ce marché était celui où la part qu'occupait le marché des non résidents était la plus importante, soit près de 40%. Les résidents de l'Alberta, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et de la Saskatchewan sont ceux qui ont dépensé le plus dans la province pour ce type de voyage.

Tableau 3

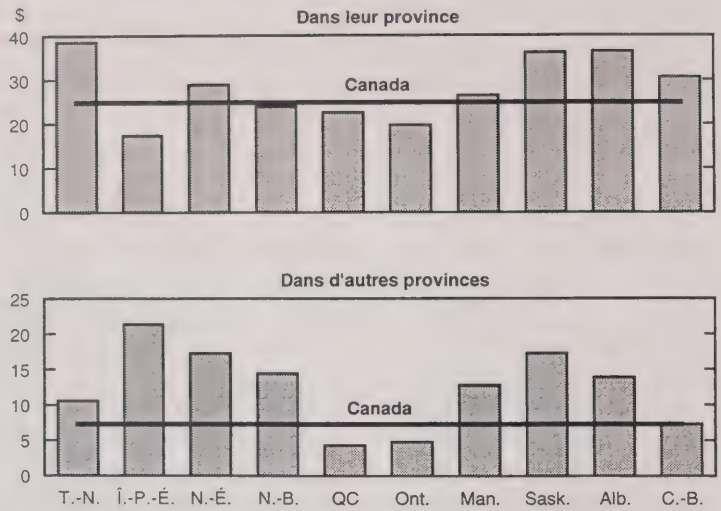
Dépenses moyennes effectuées lors d'un voyage intérieur selon la province, 1994

Province réceptrice	Total	Résidents	Non résidents
Terre-Neuve	130 $	114 $	398 $
Île-du-Prince-Édouard	213 $	145 $	246 $
Nouvelle-Écosse	101 $	80 $	221 $
Nouveau-Brunswick	102 $	81 $	163 $
Québec	95 $	89 $	148 $
Ontario	87 $	78 $	193 $
Manitoba	96 $	78 $	225 $
Saskatchewan	92 $	78 $	172 $
Alberta	124 $	103 $	275 $
Colombie-Britannique	161 $	139 $	299 $
Canada	105 $	91 $	215 $

Source: Enquête sur les voyages des Canadiens

Graphique D

Propension moyenne à dépenser en voyages intérieurs par 1 000$ de revenu personnel disponible, par province, 1994



Source: Enquête sur les voyages des Canadiens

Le Québec, des dépenses de voyages importantes, des résidents casaniers

Récoltant le cinquième de toutes les recettes de voyages intérieurs au pays, le Québec occupait la seconde position en ce qui a trait à l'importance des dépenses de voyages intérieurs effectuées dans une province. S'élevant à plus de 3 milliards $, les dépenses de voyages intérieurs représentaient dans cette province 1,8% du PIB. Le Québec se situait à l'avant dernier rang au pays, quant à la place occupée par ce marché dans l'économie provinciale.

Étant donné le volume d'affaires et la diversification de cette économie, il n'est pas surprenant de constater que le marché des voyages intérieurs n'y occupait pas une place aussi importante que celle qu'il occupait dans d'autres provinces. D'ailleurs, à l'examen d'autres indicateurs, ce marché démontrait quelques signes de faiblesse.

En général, le volume de visiteurs et de dépenses de voyages intérieurs au Québec sont inférieurs à la moyenne

Pour chaque 100 résidents, le Nouveau-Brunswick a reçu en 1994, 143 visiteurs non résidents, soit le second ratio de visite le plus élevé au pays. Cependant, tout comme en Saskatchewan, les non résidents dépensaient moins par voyage dans cette province, qu'ailleurs au pays. Ce marché a tout de même procuré à la province des recettes de l'ordre de 177 millions $, comptant pour 1,2% du PIB provincial. Cet indicateur de performance était 2,5 fois plus élevé au Nouveau-Brunswick, qu'ailleurs au pays.

Les voyageurs d'agrément composaient la clientèle qui générait le plus de revenus (34%) dans cette province. Par ailleurs, près de la moitié de ces dépenses était générée par la clientèle non résidente. Parmi celle-ci, le Québec a procuré au Nouveau-Brunswick la moitié de ces dépenses.

Sur le marché des visites d'amis et de parents, second en importance avec 28% des dépenses, les Ontariens dominaient la part détenue par les non résidents avec 41% du marché. Les résidents de la Nouvelle-Écosse et du Québec suivaient avec respectivement 25% et 24% de ce marché.

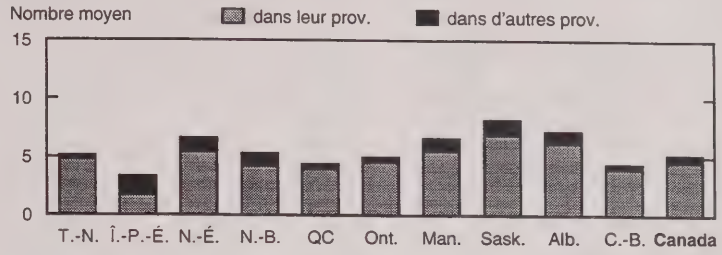
L'Alberta, des dépenses et des volumes de voyages élevés

Pour les résidents de l'Alberta, les recettes perçues lors de voyages intérieurs représentaient 2,9% du PIB de la province. Cette province se situe au sixième rang au pays quant à l'importance du marché des voyages intérieurs dans l'économie provinciale. La vigueur du marché des voyages des résidents repose sur plusieurs facteurs. Tout d'abord, comme les résidents de la Saskatchewan, les Albertains sont de grands voyageurs. En 1994, 67% des résidents adultes de la province ont effectué au moins un voyage dans leur province, soit la seconde plus forte incidence de voyages intra-provinciaux au pays. Les voyageurs albertains possédaient également une importante fréquence de voyages avec une moyenne de 6,2 voyages comparativement à la moyenne canadienne de 4,6 voyages. La dépense moyenne de ces voyageurs dans leur province s'élevait à 103$.

De son coté, le marché des voyages des non résidents présentait un profil vigoureux. Un nombre important de visiteurs ainsi que des dépenses moyennes élevées ont permis à cette province de recueillir près de 625 millions $, soit 0,8% du PIB de la province.

Graphique C

Nombre moyen de voyages des résidents par province d'origine, 1994



Source: Enquête sur les voyages des Canadiens

Les résidents de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et de la Saskatchewan demeurent les principales clientèles voyageant en Alberta.

La Colombie-Britannique, des dépenses de voyages élevées

En 1994, la Colombie-Britannique se classait septième au pays en ce qui a trait à la place qu'occupait le marché des voyages intérieurs dans l'économie de cette province. Le rapport entre les dépenses totales provenant de voyages intérieurs et la production de biens et de services dans la province, s'élevait à 2,8%.

En 1994, le marché des voyages intérieurs de cette province avait un profil similaire à celui de l'Alberta, avec un marché de résidents et de non résidents présentant de bons indicateurs de capacité à générer des dépenses. De plus, pour ces deux provinces, les dépenses par voyage étaient élevées. Les dépenses par personne et par voyage des résidents et des non résidents en Colombie-Britannique étaient parmi les plus élevées au pays avec 139$ pour les résidents et 299$ pour les non résidents. Par ailleurs, en 1994, la province a reçu 66 visiteurs non résidents par 100 résidents, soit un nombre près de la moyenne canadienne. Cependant, comme ils dépensaient plus par voyage, il en résulte des recettes de voyages en provenance des non résidents parmi les plus importantes au pays. En effet, ces recettes qui s'élevaient à 723 millions $, ne sont surclassées que par l'Ontario.

Les voyages dont le but principal était les affaires constituaient la principale source de recettes de voyages intérieurs (30%) pour la Colombie-Britannique et les trois quarts provenaient des résidents. Sur le marché des non résidents, les Ontariens en voyage d'affaires ont fourni plus de 56% des recettes effectuées lors de ce type de voyage dans cette province. L'Alberta représentait l'autre clientèle d'affaires importante.

Les voyages ayant pour but principal la visite d'amis et de parents composaient le second marché en importance pour la Colombie-Britannique.

Par ailleurs, le marché des voyageurs non résidents en Colombie-Britannique est fort concentré avec l'Alberta et l'Ontario générant près de 80% des recettes de voyages des non résidents dans la province. De tous les marchés inter-provinciaux au pays, ceux-ci étaient les plus importants.

Malgré l'ampleur apparente du marché des voyageurs non résidents, la part de leurs dépenses de voyages au PIB de cette province est la même qu'à Terre-Neuve. En effet, dans ces deux provinces, le marché des non résidents représentait 0,7% du PIB.

Le Manitoba

Situé quasi à mi-chemin entre l'est et l'ouest du pays, le Manitoba présentait la composition du marché des voyages intérieurs la plus similaire au profil canadien. En effet, les dépenses en voyages intérieurs représentaient dans cette province 2,7% du PIB, dont 1,9% était généré par les résidents et 0,8% par les non résidents.

provincial des voyages et 1% du PIB de la province. Comparativement, la contribution moyenne de ce secteur dans les autres économies nationales était de 0,5% du PIB. Le grand nombre de visiteurs ayant opté pour la Nouvelle-Écosse comme destination était l'un des principaux facteurs expliquant l'importance du marché. Recevant près de 6 millions de visiteurs, la Nouvelle-Écosse affichait un ratio de visiteurs non résidents pour chaque 100 résidents, 1,6 plus élevé que la moyenne canadienne. Les résidents de l'Ontario, du Nouveau-Brunswick et du Québec composaient les principales clientèles de la province et y laissaient respectivement 33%, 25% et 17% des dépenses totales des non résidents.

En ce qui a trait au marché du tourisme intra-provincial, sa performance s'explique par une incidence et une fréquence de voyage légèrement supérieures à la moyenne nationale. Les résidents de la Nouvelle-Écosse allouent une proportion importante de leur revenu personnel disponible aux voyages intérieurs soit 46$ par tranche de 1 000$ de revenu personnel disponible.

La Saskatchewan, de grands voyageurs

La Saskatchewan se classait au même rang que la Nouvelle-Écosse en ce qui a trait à l'importance des recettes de voyages intérieurs pour l'économie de sa province, soit 3,2% de son PIB.

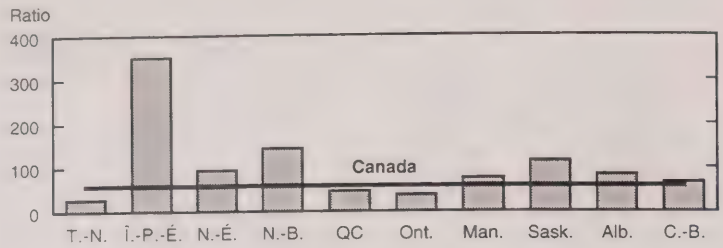
Sommairement, les résidents et les non résidents ont effectué de nombreux voyages en Saskatchewan, mais leurs dépenses par voyage étaient faibles.

Plus des deux tiers des adultes résidents de la province ont effectué au moins un voyage dans leur province en 1994 et ceux-ci ont effectué en moyenne 6,9 voyages au cours de l'année. Cette incidence et cette fréquence de voyages intra-provinciaux étaient des plus fortes au pays et se reflétaient dans les dépenses totales en dépit de faibles dépenses par voyage.

Pour chaque tranche de 1 000$ de revenu personnel disponible, les résidents ont consacré en moyenne 36$ lors de voyages à l'intérieur de leur province, soit le second montant le plus élevé au pays.

Graphique B

Nombre de visiteurs non résidents pour chaque 100 résidents, par province visitée, 1994



Sources: Division de la démographie, Statistique Canada
Enquête sur les voyages des Canadiens

Tableau 2

Dépenses en voyages intérieurs selon la source, par province, 1994

Province réceptrice	en millions		
	Total	Résidents	Non résidents
Terre-Neuve	383 $	318 $	65 $
Île-du-Prince-Édouard	150 $	33 $	116 $
Nouvelle-Écosse	596 $	402 $	194 $
Nouveau-Brunswick	434 $	258 $	177 $
Québec	3 073 $	2 581 $	492 $
Ontario	4 714 $	3 905 $	809 $
Manitoba	673 $	484 $	190 $
Saskatchewan	745 $	545 $	199 $
Alberta	2 353 $	1 729 $	624 $
Colombie-Britannique	2 765 $	2 042 $	723 $
Canada	15 911 $[1]	12 297 $	3 614 $[1]

[1] *Le total du Canada dépasse la somme des chiffres des provinces parce qu'il comprend les données du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.*

Source: Enquête sur les voyages des Canadiens

Au total, les dépenses de voyages intra-provinciaux se chiffraient à 2,4% du PIB, soit au second rang, derrière Terre-Neuve.

Les non résidents ont également effectué de nombreux voyages en destination de la Saskatchewan. Celle-ci a reçu 1,2 million de visiteurs en 1994, soit un ratio de 114 visiteurs non résidents par 100 résidents, deux fois la moyenne nationale. Ce nombre important de visiteurs non résidents en Saskatchewan a généré des dépenses équivalentes à 0,9% de son PIB.

C'est en Alberta, au Manitoba et en Colombie-Britannique que la Saskatchewan retrouve ses principales clientèles à l'extérieur de la province. Ces provinces généraient respectivement 43%, 24% et 24% des recettes de voyages des non résidents.

Le Nouveau-Brunswick, marché dominé par des voyageurs non résidents

Cinquième au pays au niveau de la performance, les recettes générées par les voyages intérieurs représentaient 2,9% du PIB du Nouveau-Brunswick.

Toutefois, seulement 60% des dépenses de voyages intérieurs au Nouveau-Brunswick provenaient de voyageurs résidant dans cette province comparativement à 77% pour la moyenne nationale.

Le nombre important de visiteurs non résidents que la province a attiré justifie en grande partie ce niveau de dépenses. Pour chaque 100 résidents, la province a reçu en 1994, 351 visiteurs soit de loin, le ratio le plus élevé au pays, six fois plus élevé que la moyenne nationale (graphique B).

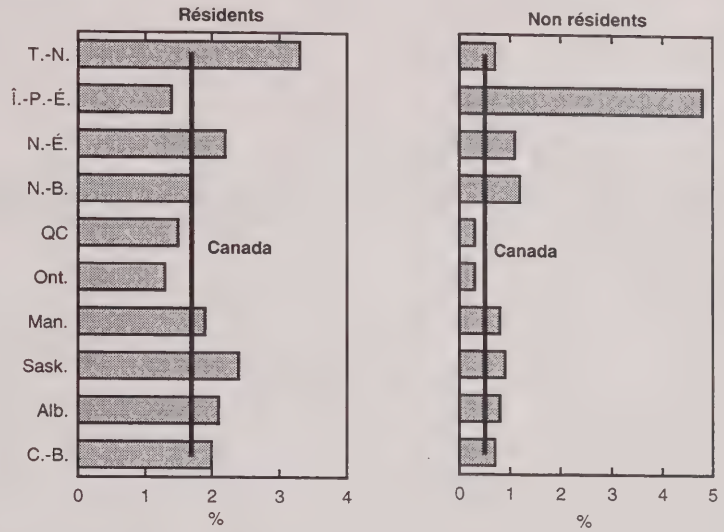
On comprend d'autant l'importance de la contribution des voyages effectués par les non résidents lorsqu'on sait que l'Île-du-Prince-Édouard possède le plus faible taux de participation aux voyages à l'intérieur de leur province au pays[2]. Ainsi, seulement 19% des résidents adultes[3] ont déclaré avoir effectué un voyage dans leur province en 1994 (tableau 1).

Un non résidents sur deux déclarent le plaisir ainsi que la visite d'amis et de parents comme étant les principales raisons de leurs voyages à l'Île-du-Prince-Édouard comparativement à la moyenne nationale de 33%. C'est d'ailleurs le type de voyage le plus lucratif pour la province puisqu'il représente 33% des dépenses totales à l'Île-du-Prince-Édouard, effectuées par les visiteurs des autres provinces.

En termes de fréquence, les résidents de cette province effectuaient en moyenne 1,7 voyage dans leur province comparativement à 4,6 pour la moyenne du pays (graphique C). Fait à noter cependant, les résidents de l'Île-du-Prince-Édouard ont dépensé par voyage les sommes les plus importantes au pays lors de voyage à l'intérieur de leur province.

Graphique A

Dépenses en voyages intérieurs en pourcentage du PIB par province, 1994



Sources: Division des comptes nationaux et de l'environnement, Statistique Canada
Enquête sur les voyages des Canadiens

Terre-Neuve, des résidents qui contribuent activement au marché des voyages dans leur province

En 1994, les voyageurs canadiens ont dépensé quelques 383 millions $ lors de séjours à Terre-Neuve (tableau 2). Pour la province, ces dépenses représentaient 3,9% du PIB, classant Terre-Neuve au deuxième rang au pays en termes de l'importance des recettes de voyages intérieurs pour l'économie d'une province.

Comme c'est le cas pour la majorité des provinces, ce sont les résidents qui généraient la majeure partie des dépenses sur ce territoire. Cependant à Terre-Neuve, leur contribution était bien plus importante qu'ailleurs couvrant 83% des dépenses totales de voyages effectuées.

Lors de séjour dans leur province, les Terre-Neuviens ont dépensé des sommes plus importante que la moyenne nationale, soit 114$ par personne et par voyage (tableau 3). Au total, les sommes dépensées par les résidents lors de voyages intra-provinciaux représentaient 3,3% du PIB de la province, le ratio le plus élevé au pays. De tous les Canadiens, les Terre-Neuviens ont, en 1994, alloué la plus grande part de leur budget en dépenses de voyages à l'intérieur de leur province, soit 39$ par tranche de 1 000$ de revenu personnel disponible (graphique D).

Malgré la distance la séparant des autres provinces, Terre-Neuve a également réussi à maintenir des revenus de son marché de voyageurs non résidents comparables à ceux recueillis au pays par ce marché. En 1994, ceux-ci y ont laissé quelques 85 millions $, soit une somme représentant 0,7% du PIB de la province. Les dépenses moyennes, qui s'élèvent à 398$, sont les plus élevées au pays. Comme la province affichait le plus faible ratio de visite au pays, n'attirant que 28 visiteurs pour chaque 100 résidents, ces dépenses expliquent la vigueur du marché des non résidents.

L'Ontario était le principal client de Terre-Neuve en ce qui a trait aux voyages des non résidents dans la province. Les quelques 68 000 Ontariens qui s'y sont rendus y ont laissé 34,9 millions $, soit 54% du marché des non résidents. Près des trois quarts de ces dépenses étaient effectuées lors de voyages principalement pour des visites d'amis ou de parents. Les Ontariens voyageant principalement pour agrément représentaient l'autre clientèle importante dans cette province et fournissaient 21% des dépenses de voyages des Ontariens à Terre-Neuve.

La Nouvelle-Écosse, des volumes de voyages importants comparativement à sa population

En 1994, la province de la Nouvelle-Écosse recevait 596 millions $ en recettes de voyages intérieurs, soit 3,2% de son PIB.

Le marché des non résidents ainsi que celui des résidents ont rapporté des revenus importants à la province.

Les visiteurs non-résidents ont dépensé 194$ millions en Nouvelle-Écosse, représentant 33% du marché

[2] *Comme les distances à l'Île-du-Prince-Édouard sont réduites, cette province se retrouve avec un faible taux de voyage.*

[3] *À moins d'avis contraire, un adulte est défini comme une personne de 15 ans et plus.*

À propos des données

Source
Les données contenues dans ce texte sont tirées de l'Enquête sur les voyages des Canadiens, laquelle se veut un supplément à l'Enquête sur la population active. Les données ne peuvent être comparées avec celles des années antérieures puisque des changements méthodologiques dans l'enquête de 1994 ont occasionné un bris dans les séries statistiques historiques.

Définition
Un voyage intérieur est défini comme étant de 80 kilomètres et plus. Il doit être effectué par un Canadien et doit avoir une destination canadienne.
Les données sur le nombre de voyageurs sont mesurées en voyages-personnes, soit le nombre de voyages effectués par un Canadien multiplié par le nombre de personnes du même ménage qui ont participé à chacun de ces voyages. Si quatre personnes ont effectué un voyage ensemble, elles représentent quatre voyages-personnes. La ventilation provinciale des voyages est effectuée selon la principale destination.
Les dépenses rapportées par les voyageurs couvrent tous les frais de voyage, incluant les frais de transport, d'essence, d'hébergement, de loisirs et divertissements ainsi que d'aliments et de boissons. Lorsque les voyageurs ont visité plus d'une province, les dépenses sont, de façon générale, redistribuées suivant le nombre de nuits passées dans chacune des provinces.

voyages intérieurs les plus élevés au pays. Ainsi, pour des raisons démographiques et économiques, l'Ontario, le Québec, la Colombie-Britannique et l'Alberta représentent les marchés les plus importants en termes de nombre de voyageurs et de recettes de voyages intérieurs. Cependant, la place qu'occupe le marché des voyages intérieurs dans l'économie d'une province n'est pas nécessairement reliée à la taille de la province et non plus est la capacité de chacune d'entre elles de générer des revenus du marché des voyages intérieurs. Il peut donc s'avérer trompeur de mesurer la vigueur des marchés de voyages en ne considérant que le montant des dépenses et les volumes de voyages.

Dans le présent article, plusieurs indicateurs seront utilisés afin de comparer entre elles les différentes provinces et de présenter un portrait différent du marché des voyages intérieurs au pays.

Tout d'abord, nous tenterons de cerner l'importance du marché dans les différentes économies provinciales. À cet effet, un des moyens utilisés pour bien percevoir l'importance relative est de comparer les dépenses avec la production totale de biens et services produits sur un territoire, soit le PIB.

Ensuite, afin de fournir une indication de la capacité d'une province à générer des recettes dans le marché des voyages intérieurs, différents indicateurs telles les dépenses moyennes par voyage, la fréquence de voyage et l'incidence de voyage, seront utilisés.

L'importance relative des provinces

Les voyages intérieurs à l'Île-du-Prince-Édouard, l'apport le plus important à une économie provinciale au pays

L'Île-du-Prince-Édouard est la province où le marché des voyages intérieurs occupait la place la plus importante dans une économie provinciale au pays et ce, en dépit du fait que les recettes émanant des voyages de résidents à l'Île-du-Prince-Édouard ne représentaient qu'environ 1% du marché des voyages intérieurs au pays (graphique A). En effet, le rapport entre la totalité des recettes perçues lors de voyages des Canadiens à l'Île-du-Prince-Édouard et la production de tous les biens et services dans cette province se situait à 6,2%, soit le ratio le plus élevé au pays.

Un des principaux facteurs expliquant la vitalité du marché des voyages intérieurs dans cette province est l'importance des dépenses des non résidents. Ces derniers y ont dépensé en 1994, une somme représentant 4,8% du PIB de l'Île-du-Prince-Édouard et leurs dépenses comptaient pour plus du trois quart des dépenses totales de voyages à l'Île-du-Prince-Édouard.

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef: *Monique Beyrouti*
Téléphone: (613) 951-1673
Télécopieur: (613) 951-2909

Assistant: *Richard G.J. Chrétien*

Prix: Canada: 12$ l'exemplaire, 40$ par année
États-Unis: 15$US l'exemplaire, 48$US par année
Autres pays: 17$US l'exemplaire, 56$US par année

Périodicité : trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.
∞

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996 Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

N° 87-003-XPB au catalogue

Volume 15, Numéro 2

Government Publications

Info-voyages

Printemps 1996

Regard provincial sur les voyages intérieurs en 1994

par Sylvie Bonhomme

Sylvie Bonhomme est analyste principale à la Section des voyages intérieurs, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme.

Retrouver la famille, dévaler une nouvelle montagne, découvrir un nouveau coin de pays, assister à un concert, magasiner... voilà quelques-unes des principales raisons qui ont entraîné quelques 13,2 millions de Canadiens à effectuer 129 millions de voyages de loisirs au pays en 1994. Évidemment les Canadiens ne voyagent pas seulement pour des raisons de loisirs, de nombreux voyages principalement pour affaires sont également entrepris. Au total, les Canadiens ont réalisé près de 152 millions de voyages au pays en 1994, tout motif principal de voyage inclus.

Pour l'ensemble de l'économie canadienne et notamment pour les industries du transport, de l'hôtellerie, de la restauration, du divertissement, etc, les recettes générées lors de voyages entrepris par les Canadiens à l'intérieur de leur pays représentaient 16 milliards$, soit 2,3% du produit intérieur brut (PIB) canadien en 1994. En fait, les recettes générées lors de voyages intérieurs étaient 1,6 fois plus importantes que celles générées lors de voyages internationaux[1] au Canada. Afin de mieux cerner la dynamique du marché des voyages intérieurs au Canada, le présent article brosse un portrait sommaire de la situation relative des marchés provinciaux des voyages intérieurs en s'attaquant à un de ses aspects les plus importants, soit les dépenses de voyages.

Comment mesurer le marché des voyages intérieurs ?

Depuis de nombreuses années, les volumes de voyageurs et de dépenses ont été utilisés pour mesurer les marchés des voyages intérieurs au pays. Vu par cette lorgnette, il est indéniable que les provinces les plus populeuses affichent depuis des années des niveaux de voyages et de dépenses de

[1] *Les données sur les dépenses des voyageurs étrangers au Canada sont tirées de l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI).*

Tableau 1

Incidence de voyages des résidents par province, 1994

Province d'origine	Au total	Dans leur province	Dans une autre province
Terre-Neuve	63%	57%	20%
Île-du-Prince-Édouard	59%	19%	52%
Nouvelle-Écosse	66%	57%	34%
Nouveau-Brunswick	62%	52%	36%
Québec	54%	49%	14%
Ontario	57%	55%	13%
Manitoba	56%	45%	32%
Saskatchewan	78%	68%	51%
Alberta	80%	67%	48%
Colombie-Britannique	65%	56%	28%
Canada	61%	55%	22%

Source: Enquête sur les voyages des Canadiens

Info-voyages

Dans ce numéro...

Article de fond

Regard provincial sur les voyages intérieurs en 1994 1

Tendances

Caractéristiques des voyages internationaux 8
Compte des voyages internationaux 9
Indice des prix des voyages 10

Indicateurs de touriscope 12

APR 12 1996 Toronto

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue no. 87-003-XPB

Government Publications

Volume 15, Number 3

Travel-log

Summer 1996

LIBRARY JUL 24 1996

Traveller Accommodation Survey: An Overview

by Sam Lee

Sam Lee is Chief of Accommodation and Food Services Section, Services, Science and Technology Division.

Traveller accommodation service industries play a vital role in the support and development of the economic health of tourism in Canada. The performance of the industries is inter-related with the growth of tourism activities. As a major industry group, it generates an annual revenue of $9 billion and contributes significantly to the national economy and local employment.

This article provides an overview of the financial performance, employment, client base and other business operating characteristics of this industry group by analysing the data from the 1993-1994 Traveller Accommodation Survey.

A general review of the overall Canadian traveller accommodation services will first be presented by providing a snapshot of each of the three industry segments (hotels and motor hotels, motels and other accommodation groups). The hotels and motor hotels are the largest segment of the industry group. Within this segment the Traveller Accommodation Survey collects data from the majority of the operators (refer to methodology on page 2). The second part of this article focuses on the analysis of surveyed hotels and motor hotels based on the 1993-94 survey results.

Snapshots of Traveller Accommodation Service Industries:

The Hotel and Motor Hotel Industry

Hotels and motor hotels traditionally constitute the largest segment of the traveller accommodation market. In 1993-94, the industry generated close to $7 billion in revenue, amounting to over three-quarters of all accommodation revenue. In terms of physical establishments, the number accounted for one-third of the total. Hotels and motor hotels are generally much larger in room capacity compared with other types of traveller accommodation properties. They typically offer full-service to customers with a wide range of amenities, such as dining, lounge,

[1] *Traveller Accommodation Survey.*

Table 1

Number of Establishments and Total Revenue Traveller Accommodation Service Industries, 1993-94

		Accommodation Service Industries	Hotel and Motor Hotel Industry	Motel Industry	Other Accommodation Industries
Establishments	(#)	14,776	5,035	3,728	6,013
Distribution	(%)	100	34	25	41
Total Revenue	($M)	8,886	6,935	1,033	918
Distribution	(%)	100	78	12	10

Source: Traveller Accomodation Survey.

In This Issue...

Articles

Traveller Accommodation Survey: An Overview 1

Yields by Size of Hub 8

Trends

Characteristics of International Travellers 10

International Travel Account 11

Travel Price Index 12

Announcements 13

Whats's New 13

Travel Indicators 14

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

About the data

Source

Data used in the following text is derived from the Survey of Traveller Accommodation. The survey was redesigned for the 1992 reference year, changing from a survey of legal entities to a business establishment base, and has been expanded each year to include many business operating characteristics such as the number of rooms, occupancy rates, facilities, reservation system and market information. The redesign does not affect data comparability at the aggregate level since adjustments were applied on historical data.

Methodology

The basic strategy for the present methodological approach to the survey program for accommodation industries is one which was adopted in 1985 for all service industries in the Services, Science and Technology Division. The strategy is to rely on the direct questionnaire sample survey of a very significant portion of the targeted industries and to supplement this with the utilization of taxation administrative records and data imputation to achieve a full industry coverage.

The survey has, since the redesign in 1992, continued to be expanded to include collection of other business operating characteristics and marketing information to meet the needs of increased interests from outside users. This effort has been done with the cooperation and support of the Canadian Tourism Commission and business associations.

Three thousand traveller accommodation establishments, each with a minimum gross revenue of $250,000, are sampled from the individual industry populations. The aim of the sample selection is to achieve maximum industry/province coverage in terms of revenue. The current sample survey is by far the largest and most comprehensive for the Canadian accommodation service industries[2]. The overall sample survey represents the bulk of the traveller accommodation activities, and the results are considered to well reflect the general industry performance, structures, and operating characteristics

ballroom, meeting or convention facilities, convenience shops, swimming pools and sports facilities etc. Depending on the geographical concentration of their business operations, hotels exert a significant impact on local employment opportunities and the general economic health

[2] *In the 1993-94 survey, the completed survey responses accounted for 27% of the total business establishments and 68% of total industry revenue in Canada. The sample coverage by province varies from a low of 55% in the Yukon to a high of 95% of total revenue in New Brunswick.*

Table 2

Percentage Distribution of Revenue Sources, Traveller Accommodation Service Industries, 1993-94

Revenue by Source	Accommodation Service Industries	Hotel and Motor Hotel	Motel	Other Accommodation Industries
		%		
Accommodation	51	48	69	67
Meals	19	21	14	8
Alcohol	19	21	7	3
Merchandise	2	1	5	10
Services	4	4	2	6
Other Revenue	5	5	3	6
Total Revenue	**100**	**100**	**100**	**100**

Source: Traveller Accomodation Survey.

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor-in-Chief: *Monique Beyrouti*
Tel: (613-951-1673)

Assistant: *Carol Moskaluk*

*Correspondence may be addressed to the Editor-in-chief, **Travel-log**, 3rd floor, R. H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.*
***Fax number 1-613-951-2909.** Internet e-mail: beyrmon@statcan.ca.*

Price: Canada: $12.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$15.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00 per issue, US$56.00 annually

Periodicity : Quarterly ISSN 0713-2840

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)
Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 1996. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

Table 3

Percentage Distribution of Client Base, Traveller Accommodation Service Industries, 1993-94

	Accommodation Service Industries	Hotel and Motor Hotel Industry	Motel Industry	Other Accommodation Industries
		%		
Domestic Clients:	86	86	93	82
Leisure	45	42	53	73
Business	32	34	32	8
Government	9	10	8	1
Foreign Clients	14	14	7	18
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

Source: Traveller Accomodation Survey.

of the tourism economy. As anticipated, most hotel properties are located in city centres, while relatively small numbers are operated around airport areas. Close to half of hotel[3] revenue comes from guest room services, while sales of meals and alcoholic beverages make up a substantial portion of the remaining revenue. In terms of clientele, Canadian business and leisure groups of travellers each make up more than one-third of total clients. Foreign visitors make up over one-seventh of hotel business.

The Motel Industry

The motel industry generated $1 billion in revenue in 1993-94 (12% of all accommodation industries), second only to the hotel and motor hotel industry. Motel businesses generally operate in low-rise structures with direct access to guest room doors from the exterior. Compared to hotels, motel establishments have fewer rooms, facilities and amenities available. In terms of services, most properties are classified as economy and mid-scale classes. Very few motels are up-scale and none are rated as luxury.

Motel properties are fairly evenly distributed between highway, suburban and city centre locations. Only a small number of establishments are found in airport and rural areas. Unlike hotels, motels generate a larger proportion of business revenue from accommodation services, while a smaller percentage comes from the serving of meals and non-alcoholic and alcoholic beverages. Over half of motel clients were Canadians travelling for leisure while one-third of clients were Canadians visiting motels for business purposes. Foreign clients accounted for fewer than one-tenth of motel visitors.

Other Accommodation Industries

This segment of the traveller accommodation services is comprised of six relatively small accommodation service industries as defined under the 1980 Canadian Standard Industrial Classification. They include Tourist Courts & Cabins, Guest Houses & Tourist Homes, Lodging Homes & Residential Clubs, Camping Grounds & Travel Trailer Parks, Outfitters (Hunting & Fishing Camps), and Other Recreation & Vacation Camps. This group of traveller accommodation services accounted for 41% of all business establishments, but generated only about 10% of total revenue.

The business and operating characteristics of these industries are quite different from the operations of hotels and motels. Most business establishments are small in terms of room count (fewer than 50) and are located primarily in rural areas. Unlike hotels and motels, they basically operate independently, without any chain or franchise business affiliation. The type of traveller accommodation services offered tend to be specialized in certain interests or activities. Many are related closely to a specific outdoor environment and atmosphere.

Business operation in this segment of the traveller accommodation services is very seasonal. The main source of revenue in these industries is accommodation services which, in the case of outfitters, may include other services in the package price. Although the majority of the clientele in these businesses are Canadians visiting for personal and leisure purposes, the proportion of foreign clients is much higher than in either hotels and motels.

[3] *All references to "hotels", "hotel business" or "hotel industry" implicitly includes motor hotels or refers to the entire hotel and motor hotel industry.*

Table 4

Performance Indicators by Province, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94

	Profit Margin	Occupancy Rate	Average Room Revenue
	%		$
Canada	**-1**	**59**	**71**
Newfoundland	-3	57	68
Prince Edward Island	3	52	63
Nova Scotia	-4	62	60
New Brunswick	-2	60	56
Quebec	-6	55	75
Ontario	-7	58	75
Manitoba	4	59	51
Saskatchewan	–	55	50
Alberta	7	61	71
British Columbia	4	61	74
Yukon	–	59	43
Northwest Territories	6	57	85

– nil or zero.
Source: Traveller Accomodation Survey.

Table 5

Percentage Distribution of Revenue Sources by Province, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94

	Guest Accommodation	Meals and Non-Alcoholic Beverages	Alcoholic Beverages	Sale of Merchandise	Other Revenue
			%		
Canada	**50**	**22**	**18**	**1**	**9**
Newfoundland	59	22	10	1	8
Prince Edward Island	59	27	9	–	5
Nova Scotia	61	22	8	–	9
New Brunswick	61	26	7	–	6
Quebec	56	23	10	1	10
Ontario	57	22	10	1	10
Manitoba	24	14	50	2	10
Saskatchewan	34	22	36	2	6
Alberta	43	23	24	1	9
British Columbia	47	20	23	1	9
Yukon	34	18	22	15	11
Northwest Territories	46	18	20	6	10

– nil or zero.
Source: Traveller Accomodation Survey.

Table 6

Percentage Distribution of Operating Expenses by Province, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94

	Salaries and Benefits	Cost of Sales[4]	Occupancy Cost[5]	Depreciation and Interest	Other Expenses
			%		
Canada	**35**	**18**	**13**	**13**	**22**
Newfoundland	41	14	11	11	26
Prince Edward Island	35	17	10	12	23
Nova Scotia	37	13	13	18	23
New Brunswick	34	13	16	14	25
Quebec	41	13	16	14	22
Ontario	38	12	19	15	23
Manitoba	23	39	8	6	20
Saskatchewan	29	31	8	11	21
Alberta	30	21	9	13	20
British Columbia	35	19	11	11	20
Yukon	27	32	9	17	15
Northwest Territories	26	24	14	12	18

Source: Traveller Accomodation Survey.

Analysis of Surveyed Hotels and Motor Hotels:

Financial Performance

In general, the 1993-94 fiscal year was not a very good year for the hotel and motor hotel business. Despite improvements in guest occupancy rate and average room revenue from the weak performance of the previous year, the industry profit margin remained negative (-1%). Provincially, the financial performance of hotels varied greatly between the eastern and the western provinces. Hotels in eastern provinces, except Prince Edward Island, continued to report losses with Ontario faring the worst (-7% profit margin). Alberta had succeeded in holding onto its first place profit position (7%). When compared to the previous year, hotel properties in the West, with the exception of the Yukon, showed further improvement and profitability.

Average accommodation rate is a key measure for accommodation business. It is a quantitative indicator of the gross business volume. In 1993-94, the average hotel occupancy rate in Canada was 59%, 3 percentage points ahead of the previous year. At the same time, average room revenue increased by 4%. Both these factors contributed to improved business performance of this year.

At the provincial level, all provinces reported higher hotel occupancy rates except for Manitoba and the Yukon. Most provinces also reported increases in average room revenue. Such gains in the occupancy rate and average room revenue helped to reduce the losses of many eastern provinces, particularly Ontario and Quebec. The main reason for the significant regional diversion in profit margins between western provinces and the rest of Canada appears to lie in their different operating cost structures.

While the revenue sources of hotel operators remained stable at the national level, there existed a significant variation between eastern and western provinces. Ontario and other eastern provinces generated higher room revenue, while western provinces derived much more revenue from sales of alcohol. Hotels in Manitoba reported the highest percentage of revenue (50%) from alcohol sales, two-thirds of which were destined for off-premises consumption. Liquor stores on premises are unique to hotels in the western provinces.

Compared with other traveller accommodation service industries, the operation of hotels and motor hotels is noticeably more labour intensive. In 1993-94, salaries, wages and employee benefits accounted for 35% of total operating costs at the national level. By province, the distributions of operating cost structures again vary considerably. The difference is clearly between western provinces and the provinces east of Manitoba. In the West, the proportion of cost of sales are higher mainly because of their larger liquor and other merchandise sales. Total labour costs and other expenses of hotels in the West are generally lower which help to explain the higher profit margins attained. Occupancy costs were also lower in the West except for British Columbia and the Northwest Territories.

[4] *Includes the value of food, beverages, alcohol and merchandise purchased and used in sales.*

[5] *Includes expenses on rent/lease of land and buildings, heat, light, power and water, insurance, taxes, permits and licenses.*

Table 7

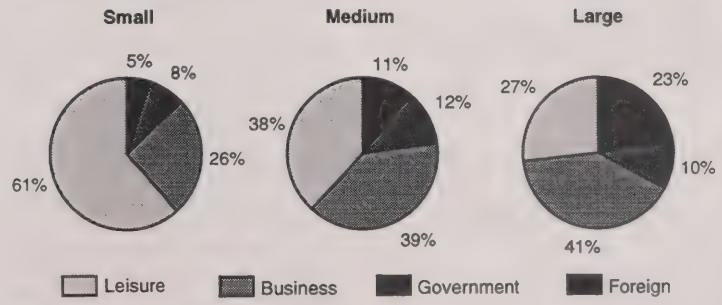
Performance Indicators by Establishment Size and Location, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94

	Profit Margin	Occupancy Rate	Average Room Revenue
	%		$
Size:			
Small	4	49	45
Medium	1	57	59
Large	-3	61	86
Location:			
Centre	-2	60	75
Suburban	4	56	59
Highway	–	56	63
Airport	-5	61	71
Resort	2	55	79

– *nil or zero.*
Source: Traveller Accomodation Survey.

Chart 1

Percentage Distribution of Client Base by Size, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94



Source: Traveller Accomodation Survey.

Table 8

Employment Characteristics by Property Size, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94

	Average Number of Employees	Full-time Employment (%)		Part-time Employment (%)	
		Full-Year	Seasonal	Full-Year	Seasonal
All Establishments	**79**	**60**	**9**	**25**	**6**
Small	26	55	10	29	6
Medium	64	56	13	25	6
Large	238	64	6	25	5

Source: Traveller Accomodation Survey.

Hotel size, in terms of the number of rooms, is an important determining factor for the choice of services, amenities and facilities offered and for the types and volume of clientele the business may attract. Hotel business performance, therefore, is affected by the different operating characteristics embodied by the different size groups. In terms of profitability, large size properties[6] did not fare well in 1993-94, as they reported a profit margin of -3%, despite some increases in occupancy rate and average room revenue. Small properties, on the other hand, recorded a significant gain of 4%.

Geographical market location is another important determinant of traveller accommodation business performance. In 1993-94, the surveyed hotels and motor hotels in city centre, suburban, and highway locations all showed improvements in general performance. Profitability remained negative for hotels in city centre (-2%) and for properties in airport locations (-5%).

Business Characteristics

In hotels, the proportion of a specific group of customers may change from year-to-year in response to economic and market forces. In 1993-94, the unusually significant drop in domestic leisure travellers (3 percentage points) was offset by increases in demand from business travellers (2 percentage points) and foreign visitors (1 percentage point).

The client base of hotel business varied significantly by size group and by province. In 1993-94, small-size hotels[7] reported a substantially higher proportion of domestic leisure travellers. A relatively high percentage of foreign customers was reported by large-size hotel establishments. Domestic business travellers, on the other hand, occupied equally important positions in large and medium size properties. Provincially, Prince Edward Island, Manitoba, Saskatchewan and British Columbia all reported higher than national proportion of domestic leisure travellers. A significantly higher number of foreign visitors was recorded by Quebec, Alberta and the Yukon.

The 1993-94 surveyed hotels and motor hotels reported an average of 79 employees. This average number ranged

[6] *Hotels and motor hotels with 200 rooms and over.*

[7] *Hotels and motor hotels with less than 50 rooms.*

Table 9

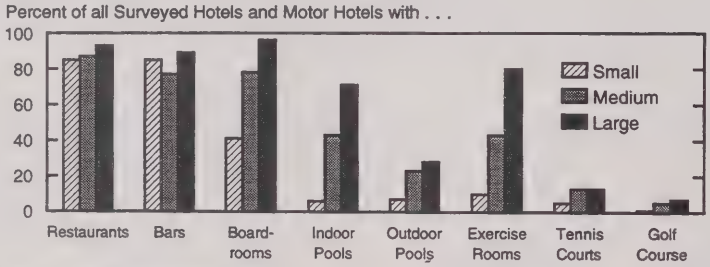
Capital Expenditure by Size, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94

	Average Capital Expenditure per Establishment	Establishments Reporting Capital Expenditure
	$000	%
All Properties	**321**	**44**
Small	95	39
Medium	228	41
Large	783	67

Source: Traveller Accomodation Survey.

Chart 2

Facilities by Size, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94



Source: Traveller Accomodation Survey.

Table 10

Operating Characteristics by Class and Size, Surveyed Hotels and Motor Hotels, Canada, 1993-94

	Economy	Mid-scale	Up-scale	Luxury
			%	
Number of Establishments				
All	100	100	100	100
Small	60	24	16	13
Medium	36	64	50	39
Large	4	12	34	48
Total Revenue				
All	100	100	100	100
Small	50	12	3	2
Medium	42	58	24	17
Large	8	30	73	81
Profit Margin				
All	4	–	-2	-1
Small	4	5	3	12
Medium	6	2	-1	-7
Large	-2	-6	-3	-1

– *nil or zero.*
Source: Traveller Accomodation Survey.

from 26 employees in the small-size establishments to 238 employees in the large properties. Sixty-nine percent of the workforce was full-time, of which 9% was seasonal. Of the remaining 31% who were part-time employees, 6% were seasonally employed.

Close to 44% of the 1993-94 surveyed hotel establishments reported capital improvements. The average capital expenditure per establishment was $321,000. The percentage of hotels making such a financial commitment and the amount of such expenditure both increased dramatically with property size.

The basic business in hotels is to provide short term lodging services to travellers who are away from home either for leisure or for business purposes. Since most hotels are known to provide full-service accommodation, it is not surprising that they offer numerous amenities and facilities. A very high percentage of hotels and motor hotels are equipped with restaurants (87%), bar/lounges (82%), meeting rooms (64%), indoor pools (35%) and exercise facilities (38%). The proportion of reported facilities also tend to increase with property size.

Hotels and motor hotels, as in other traveller accommodation business, can be categorized into one of four market groupings (economy, mid-scale, upscale and luxury), based on the extent and quality of the amenities, facilities and services provided. Nearly half (47%) of the properties surveyed in 1993-94 placed themselves in the mid-scale category which generated over one-third (36%) of total revenue. Judging the hotel market classes by size, it is interesting to note that most economy-class properties are small, most mid-scale and up-scale establishments are medium-size, and most luxury hotels are large. Economy-class establishments are the only group which showed profitability (4%). Judging by size, small luxury surveyed hotels performed the best followed by the medium-size class.

Having an affiliation with a national or multinational chain or franchise organization has long been a common business practice for hotel operators in Canada. In recent years, however, the industry has undergone rapid restructuring and consolidation because of the slow economic recovery, low occupancy rates and intense competition. In 1993-94, close to 33% of the surveyed hotel

Table 11

Affiliated Establishments by Size, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94

	All	Small	Medium	Large
Number of Establishments	441	21	274	146
Affiliated Establishments as a % of Total	33%	5%	39%	70%
Affiliated Establishments as % of Total Revenue	57%	4%	42%	79%
Average Revenue per Establishment ($ millions)	6.1	1.1	2.8	13.1
Profit Margin (%)	-2%	-1%	-1%	-2%

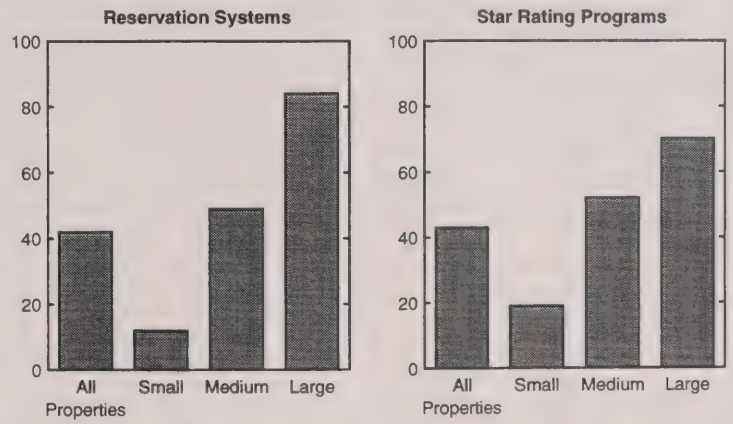
Source: Traveller Accomodation Survey.

establishments were affiliated. The proportion of affiliation increases with hotel sizes from medium (39%) to large property group (70%). Very few of the surveyed small hotels were affiliated. The performance of affiliated hotels and motor hotels (-2% profit margin) was worse than the national average, again, most noticeably in the large properties and in the provinces of Quebec and Ontario.

Having a central reservation system is essential to many hotel businesses, especially those which operated under a chain or franchise arrangement. "Star" or market rating systems are even more common, being popular among operators striving to be properly recognized for their quality standards. The 1993-94 survey results showed that participation in central reservation systems and "star" or similar market-standard rating programs stood at 42% and 44%, respectively, of the total establishments surveyed. In both cases, the participation rate increased with the size of property.

Chart 3

Participation in Central Reservation Systems and Star Rating Programs by Size, Surveyed Hotels and Motor Hotels, 1993-94



Source: Traveller Accomodation Survey.

Conclusion

The redesigned survey for traveller accommodation has, since 1992, been receiving much encouragement and appreciation. The collection of much needed data and information on business operating characteristics has been beneficial to many outside users including business associations and the Canadian Tourism Commission. The consensus is that the survey effort for the Hotel and Motor Hotel and the Motel segments has been highly satisfactory. The survey coverage for the "Other Accommodation Industries" segment, however, could further be improved.

The hotel and motor hotel industry, as portrayed by the 1993-94 survey results, showed some signs of improvement from the dismal performance of the previous year. Both occupancy rate and average room revenue were higher. As well, the previous year's negative profit margin was reduced.

The interesting diversion between eastern and western hotel financial performance will probably remain for some time, as business cost structures and operating characteristics are not likely to change very quickly.

The large-size hotel properties which carried a major proportion of the hotel and motor hotel industry were still struggling for a full recovery from the slump of the previous year. Preliminary 1994-95 survey results which will be released in August 1996, indicate further advancement in overall traveller accommodation business performance. It is believed that the industry's outlook for fiscal year 1995-96 has also benefited from the continued growth in general tourism activities due partly to the low Canadian dollar, and increases in occupancy rate and average room prices, as suggested by early industry survey indications.

Yields by Size of Hub[1]

by Bradley Snider

Bradley Snider is a senior analyst in the Aviation Statistics Centre

Note to readers

In this article, cities are classified as "Large hubs", "Medium hubs", or "Small hubs" based on the scheduled domestic traffic of Canadian Level I air carriers and two Level II air carriers. A large hub accounted for 10.0% or more of all enplanements of these carriers in a given year. A medium hub accounted for 2.0% to 10.0% (lower limit included) of enplanements, while a small hub enplaned between 0.5% and 2.0% (lower limit included) of that year's domestic scheduled passengers. For a list of cities included in each hub category in each year, see Table on page 9.

This article is a 12-year summary of domestic yields by hub category derived from the Fare Basis Survey[2]. It shows that, from the beginning of the survey in 1983 to 1994, yield (revenue per passenger-kilometre) for travel between small hubs grew at a rate two and a half times greater than the rate of increase of yields for travel between large hubs. Since 1988, the year of deregulation, yields for travel between small hubs have grown at five times the rate for the largest hubs, despite the presence of significant competition.

Yields were consistently higher for small hubs

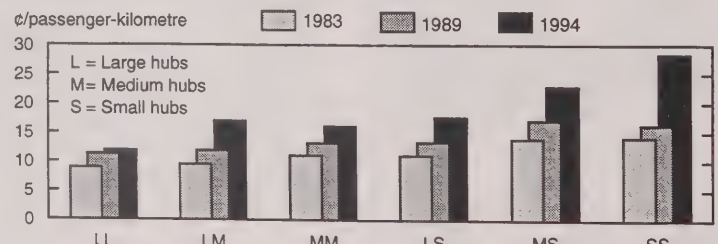
Since 1983, the hub combination "small-small" has always had the highest yields, while the combination "large-large" has always had the lowest. In 1983, however, the differences in yields between different sizes of hubs were relatively small. For example, in 1983, the highest yield for "All Fares" was 14.2 cents for travel between small hubs, but this was only 5.3 cents greater than the lowest yield of 8.9 cents for travel among large hubs. The spread actually diminished up to 1988, when the highest yield was only 3.4 cents greater than the lowest yield.

The differences in yields between hub combinations increased rapidly after 1988, reaching a maximum in 1991, when the yield for travel between small hubs reached 35.4 cents, 3.3 times the average yield of 10.8 cents among the large hubs. Since then, the spread has stabilized and even decreased slightly. In 1994, the yield for the combination "small-small" was 28.4 cents, two and a half times the 11.9 cent yield for the "large-large" combination. This is still twice the average spread of the pre-1988 period.

Yields for small hubs have grown at a greater rate

Between 1983 and 1994, the "All Fare[3]" yields for travel between the large hubs have risen at an annual rate of 2.7% per year. This is well below the average annual inflation rate of 3.6% during this same period. In contrast, the "All Fare" yields for travel between small hubs increased at an average annual rate of 6.5% between 1983 and 1994, or 2.4 times the rate of increase for large hubs.

Domestic scheduled yields between small hubs have risen faster than yields between medium or large hubs



Since 1988, the "All Fare" yield for travel among small hubs has increased at a rate of 13.0% per year, or five times the 2.6% annual rate of increase for travel among large hubs.

This difference cannot be ascribed to a lack of competition at the small hubs in comparison to the large hubs. In 1983, the small hubs were mostly served by one major or regional carrier, as licensed by the Air Transport Committee of the then Canadian Transport Commission. In 1994, according to the National Transportation Agency 1994 Annual Review, both major carriers, or their affiliates, and some independent carriers provided scheduled services among the small hubs. In addition, at two of the small hubs (Regina and St. John's) charter carriers provided competing domestic services. This level of charter competition was, admittedly, somewhat less than that found at the large and medium hubs, all of which had competing domestic services from charter carriers.

Changing prices caused by changing markets

The observed rise in price per passenger-kilometre is better explained by the changing economics of domestic passenger traffic, where two developments in particular stand out; first, the declining numbers of domestic passengers, and secondly, the ending of cross-subsidization.

The decline in domestic passenger numbers means that the economies of scale are working against domestic travel, and in particular travel among small hubs. The Domestic Passenger Origin and Destination Survey[4] shows that between 1980 and 1993, total domestic passenger traffic decreased in absolute terms by 21.5%. In terms of market share in comparison to international traffic,

[1] *The classification of cities by hub category are based only on the scheduled domestic traffic of the Canadian Level I carriers.*

[2] *The Fare Basis Survey, initiated in January 1983, represents a regular and comprehensive source of fare type-specific data on passengers and revenue.*

[3] *"All Fares" include business class, discount, economy, first class and other fares.*

[4] *This survey covers the scheduled services operated within, into or out of Canada by regional and local Canadian air carriers and the scheduled services operated into or out of Canada by foreign air carriers.*

domestic travel declined from 50.3% to only 34.9% of all traffic. Traffic among the small hubs has decreased by even more than this. The Domestic Passenger Origin and Destination Survey shows a 39.5% decrease in travel between the small hubs over this same period. This means that the fixed costs borne by each traveller between small hubs has increased by more than those travelling among large and medium hubs.

This increase in unit costs has been compounded by the ending of cross-subsidization. Under regulation, airlines were expected to provide services at comparable rates per kilometre to most of their destinations, using revenue from profitable routes to subsidize losses incurred on uneconomic routes. Since deregulation, yields and prices have tended to move to levels that recover the full economic cost of providing the service. For travel between large hubs, this has meant increases in yields less than inflation, while yields for travel among medium and small hubs have seen large real increases.

Classification of Cities by Hub Category, 1983-1994

	1983-1989	1990	1991	1992	1993	1994
Large	Montréal Toronto Vancouver	Montréal Toronto Vancouver	Calgary Toronto Vancouver	Calgary Toronto Vancouver	Calgary Toronto Vancouver	Calgary Toronto Vancouver
Medium	Calgary Edmonton Halifax Ottawa Winnipeg	Calgary Edmonton Halifax Ottawa Winnipeg	Montréal Edmonton Halifax Ottawa Winnipeg	Montréal Edmonton Halifax Ottawa Winnipeg Victoria	Montréal Edmonton Halifax Ottawa Winnipeg Victoria	Montréal Edmonton Halifax Ottawa Winnipeg
Small	Fredericton Kelowna Moncton Prince George Québec Regina Saint John Saskatoon St. John's Thunder Bay Victoria Windsor	Kelowna Prince George Québec Regina Saskatoon St. John's Thunder Bay	Kelowna Prince George Regina Saskatoon St. John's Thunder Bay Victoria	Kelowna Prince George Regina Saskatoon St. John's Thunder Bay Victoria	Kelowna Prince George Québec Regina Saskatoon St. John's Thunder Bay	Kelowna Prince George Québec Regina Saskatoon St. John's Thunder Bay



Characteristics of International Travellers, 1995

Americans pumped $4.8 billion into Canada's economy in 1995 as overnight travel from the United States reached a nine-year high. Their spending represented a 9.2% increase from the previous year.

U.S. travellers made 13.0 million trips of one or more nights to Canada in 1995, a 3.7% increase over the previous year and the highest volume since 1986.

While overnight trips to Canada from the United States have been increasing, Canadian travel in the opposite direction has been going down.

Canadians travelled to the United States for at least one night on 14.7 million occasions in 1995, a 2.1% drop. One factor in the decline was the weakened Canadian dollar, which was worth on average US$0.73 in 1995.

Air travel between Canada and the United States on the rise in 1995

The preferred mode of transportation for travel between Canada and the United States is still, by far, the automobile. But with the signing of the Open Skies bilateral agreement in February 1995, the popularity of plane travel has been increasing.

Plane travel represented 21% of all overnight trips Americans made to Canada in 1995, an unprecedented share. The number of plane trips to Canada by Americans who stayed at least one night increased 15% from 1994, to a high of 2.8 million. Half of these trips were business trips, which were up 10%. The strongest growth, however, was in pleasure trips, which jumped by 24%.

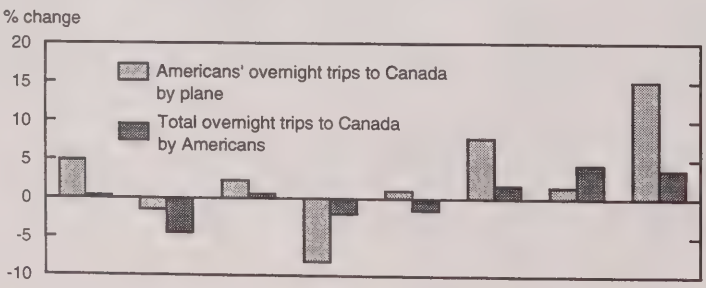
The rise in overnight plane trips by Canadians to the United States was not as great, at 2.5%, but it went against the trend in the other main modes of transportation. With Canadians making fewer car trips to the U.S., the proportion of overnight trips to the United States which were made by plane rose to 26% --- the highest it has been since 1987.

Residents of all provinces except Newfoundland, New Brunswick and Quebec made more flights to the U.S. in 1995 than during the previous year. Increased air travel to Canada for overnight trips by residents of most states - especially Florida, Texas, Illinois, New York and California - was also registered.

Top countries visited by Canadians (overnight stays)

Country visited	Stays	Nights spent	Spending in country
	'000		$ millions
U.S.A.	14,663	105,795	7,142
United Kingdom	714	10,283	769
France	419	5,335	466
Mexico	406	4,291	344
Germany	223	2,565	180
Cuba	184	1,734	119
Netherlands	165	1,551	97
Italy	151	1,860	152
Switzerland	126	743	80
Dominican Republic	126	1,225	86
Hong Kong	115	2,464	137
Austria	93	698	60
Bermuda	90	739	95
Republic of Ireland	85	1,025	93
Spain	78	1,332	86

The increase in Americans' overnight travel to Canada by plane was the largest in nine years



One in five Americans' same-day cross-border car trips made via Windsor Tunnel

Americans continued to make more same-day car trips to Canada in 1995, with a total of 22.7 million. This was the highest level since 1981. In those days, cheaper Canadian gasoline and a favourable exchange rate led Americans to make a record 27.1 million same-day cross-border car trips.

Expenditures by Americans on same-day car trips to Canada reached a record $920 million in 1995. Spending on trips of this type was relatively stable around $500 million during the early 1990s, but has risen dramatically since 1993 --- the year before the Windsor Casino opened. Another factor is the weakened Canadian dollar, which has fallen a nickel from its 1993 value of US$0.78.

Same-day cross-border car trips by Americans via the Windsor Tunnel have increased substantially since 1993 --- up 73% in this two-year period. Meanwhile, the rest of Canada experienced a more modest 11% gain in trips of this kind.

As a consequence, the proportion of Americans entering Canada for a same-day visit by car through the Windsor Tunnel reached a high of 21% in 1995, more than 6 percentage points greater than in 1993.

More Asians travelling to Canada

Since 1994, both the frequency and capacity of flights between Canada and Asia have been increasing. This expansion in air service contributed to making Asia the inbound market with the strongest growth among all the continents in 1995. Asians made 1.3 million overnight trips here in 1995, injecting $1.4 billion into the Canadian economy.

Asians are more likely to visit western Canada than residents of other continents. While 26% of overnight trips by Americans and overseas residents to Canada during 1995 included at least one night in British Columbia, nearly half the trips by Asians (47%) did. Alberta was visited by 21% of travellers from Asia. Still, Ontario received the most overnight visits, attracting 49% of the Asians who travelled to Canada in 1995.

As for outbound Canadians, the only Asian destination ranking among the top 15 was Hong Kong. During 1995, Canadians made 115,000 trips which included overnight visits to Hong Kong.

Various statistical profiles and microdata files of characteristics of international travellers for both 1995 and the fourth quarter of 1995 are now available.

For further information contact Luc Dubois (613-951-1674, fax: 613-951-2909, Internet: duboluc@statcan.ca), International Travel Section, Education, Culture and Tourism Division.

International Travel Account

First Quarter 1996 (preliminary) Seasonally Adjusted

Foreigners injected a record $3.1 billion into the Canadian economy in the first quarter of 1996, up 5.4% from the fourth quarter of 1995. Meanwhile, Canadians' spending abroad rose 7.0%, to an unprecedented $3.9 billion.

The net result was a 13.9% deterioration in the international travel account balance. At $799 million, this deficit was well below the record $1.9 billion deficit reached during the fourth quarter of 1991. The Canadian dollar has fallen by US$0.15 since then.

Americans spent a record amount in Canada

The travel account deficit with the United States, which had grown larger over the previous four quarters, dropped to $787 million in the first quarter of 1996. This level was less than half of the record $1.8 billion deficit registered during the fourth quarter of 1991.

Americans travelling in Canada left an unprecedented $1.7 billion behind, as their spending increased by 13.5% from the fourth quarter of 1995. Meanwhile, Canadians' expenditures in the United States, at $2.5 billion, were also on the rise.

In the first quarter of 1996, Canadians travelling overseas outspent visitors to Canada from countries other than the United States. The $13 million travel account deficit with overseas countries followed a record surplus of $138 million during the fourth quarter of 1995. The deficit peaked at $297 million in the first quarter of 1990.

Receipts from overseas residents totalled $1.3 billion. This 3.8% drop was the first in the last nine quarters. Meanwhile, Canadians increased their spending in countries other than the United States to $1.3 billion.

International Travel Account Revisions

Due to changes in the international Balance of Payments definitions (redefined by the International Monetary Fund in 1993), important components of the International Travel Account have been revised. These new international reporting categories have been used for the first time with the release of estimates for the first quarter of 1996. Historical data from 1961 forward have been revised to reflect these changes.

The following changes impact on the International Travel Account as well as the other components of the Balance of Payments specified:

- education related spending (formerly included in Other Services) has been added, representing payments and receipts for tuition, accommodation and personal spending by full-time college and university students;
- medical related spending (previously contained in Government Services) is now included, covering mainly payments under provincial health plans for hospital and physician services and receipts for hospital services;
- spending by boat and rail crew has been added to the existing plane and truck crew spending estimates; and
- international passenger fares have been moved out of the Travel Account and into the Transportation Account.

The net result of these definitional changes is a substantial improvement in the revised Travel Account balance compared to previously published levels.

International Travel Receipts and Payments

	First quarter 1995[r]	Second quarter 1995[r]	Third quarter 1995[r]	Fourth quarter 1995[r]	First quarter 1996[p]
	seasonally adjusted[1]				
	$ millions				
United States					
Receipts	1,565	1,480	1,432	1,536	1,742
Payments	2,266	2,236	2,223	2,375	2,529
Balance	-700	-755	-791	-839	-787
All other countries					
Receipts	1,168	1,202	1,253	1,360	1,309
Payments	1,224	1,240	1,242	1,222	1,321
Balance	-56	-39	11	138	-13
Total, all countries					
Receipts	2,734	2,682	2,685	2,896	3,051
Payments	3,490	3,476	3,465	3,597	3,850
Balance	-756	-794	-780	-701	-799
	First quarter 1995[r]	Second quarter 1995[r]	Third quarter 1995[r]	Fourth quarter 1995[r]	First quarter 1996[p]
	unadjusted				
	$ millions				
United States					
Receipts	806	1,529	2,643	1,035	891
Payments	2,569	2,444	2,177	1,909	2,908
Balance	-1,763	-915	466	-874	-2,017
All other countries					
Receipts	776	1,224	2,008	976	845
Payments	1,303	1,168	1,374	1,084	1,410
Balance	-527	56	634	-108	-565
Total, all countries					
Receipts	1,582	2,753	4,651	2,011	1,736
Payments	3,872	3,612	3,551	2,993	4,318
Balance	-2,290	-859	1,100	-982	-2,582

[r] *Revised figures.*
[p] *Preliminary figures.*
[1] *Seasonally adjusted data may not add to totals due to rounding.*

Travel Price Index, Not Seasonally Adjusted, 1986 = 100

	Quarters				Annual Average
	1st	2nd	3rd	4th	
1990	116.3	118.5	123.4	124.3	120.6
1991	129.2	129.6	131.6	128.9	129.8
1992	128.4	129.7	133.2	131.7	130.8
1993	132.7	132.9	136.0	134.5	134.0
1994	133.5	134.5	139.8	137.7	136.4
1995	137.5	139.9	146.0	141.5	141.2
1996	140.7				

Source: Education, Culture and Tourism Division.

Travel Price Index, First Quarter 1996

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used by travellers in Canada. Price movements are drawn from the derived Consumer Price Index (CPI) series.

TPI up 2.3% from the same period last year

The 2.3% increase in prices from first quarter 1995 to first quarter 1996 was mainly due to increased transportation costs, notably for rental and leasing of automotive vehicles and local and commuter transportation. Automotive vehicle operating costs were also up. In fact, travellers paid more for all goods and services used in travel within Canada in the first quarter of 1996, although the overall rise was slightly attenuated by a marginal decrease in the cost of clothing and personal care items.

TPI component prices were up 2.3% on average, compared to a 1.4% increase in the CPI during the same period.

TPI down 0.6% from last quarter

The Travel Price Index was down for the second consecutive quarter. During the first quarter of 1996, travellers paid 7.4% less for accommodation. They also enjoyed lower prices for automotive vehicle rental and leasing, but paid more for inter-city, local and commuter transportation, food and alcoholic beverages. During the first quarter of 1996, the overall Canadian Travel Price Index dipped 0.6% compared to the previous quarter. In contrast, the cost of all goods and services included in the Consumer Price Index was up 0.4% for the same period.

The Travel Price Index Technical Report is available from the Travel Section at (613) 951-1673.

ANNOUNCEMENTS

CTC Survey Provides a Window on Canada's Accommodation Industry

A survey of 2,900 properties, with a total of 184,000 rooms across Canada has resulted in a report entitled, **"A Window on Canada's Accommodation Industry."**

It is the largest and most comprehensive survey of its kind ever undertaken. The report provides key industry information on three distinct segments of the industry: **Hotels and Motor Hotels, Motels, and Other Accommodation Types.**

For a copy of the report or for further information, contact the CTC (613-954-3943 fax 613-954-3945).

Launching of the Canadian Academy of Travel & Tourism

The "Canadian Academy of Travel & Tourism" was launched by the American Express Foundation in October, 1995 in four high schools in British Columbia, Ontario and Nova Scotia. It is modelled on the successful National Academy Foundation (NAF) in the United States. There are similar programs in the United Kingdom and other countries.

For further information about the Canadian Academy of Travel & Tourism, contact Bonnie Stevens, Director, Canadian Academy of Tourism & Tourism (613-231-6949, fax: 613-231-6853, Internet: cthrc@globalx.net).

WHAT'S NEW?

Canada's International Transactions in Services, 1994 and 1995

Services are a key component of Canada's international trading performance. This publication provides the latest details on dollar-value services that Canadians exported to foreigners and those purchased from foreigners (transactions that reached records of $37 billion and $46 billion respectively in 1995).

Policy-makers, researchers and planners will find this a unique source of information on cross-border trade in services. Historical tables on travel and transportation, with extra detail on commercial services, are accompanied by analysis, definitions and data sources.

For further information on this release, contact Hugh Henderson (613-951-9049), Balance of Payments Division.

National Tourism Indicators

Statistics Canada, with financial support from the Canadian Tourism Commission, has developed a new set of quarterly indicators, which track the evolution of tourism in Canada.

The indicators show the main goods and services (transportation, accommodation, food and beverage services) purchased by visitors, both Canadian and foreign, as well as the direct employment generated by tourism. They are organized into five categories: total supply; total demand; domestic demand; foreign demand (i.e., tourism exports); and employment. It should be noted that total supply refers to the production of all goods and services related to tourism, while total demand denotes the share of these goods and services purchased by visitors. The two aggregates are therefore not equal.

These new quarterly indicators are benchmarked to the 1988 estimates of the Tourism Satellite Account and are calculated in current and constant dollars, in both seasonally adjusted and unadjusted versions.

For further information, contact the information office (613-951-3640; fax: 613-951-3618), National Accounts and Environment Division.



	First Quarter		% Change
	1995	1996	
VISITORS TO CANADA (000s)			
From United States	5,965	6,484	8.7
Overnight visits	1,573	1,605	2.0
- By auto	1,011	966	-4.5
From Overseas	483	536	11.0
Overnight visits	441	506	14.7
Top Seven Countries:			
Japan	74	85	14.9
United Kingdom	67	81	20.9
France	43	48	11.6
Germany	42	46	9.5
Hong Kong	25	29	16.0
Australia	20	20	0.0
South Korea	13	19	46.2
CANADIANS OUTSIDE CANADA (000s)			
To United States	10,992	11,676	6.2
Overnight visits	3,055	3,377	10.5
- By auto	1,716	1,770	3.1
To Overseas	1,153	1,233	6.9
INDUSTRY			
Airline passengers (Level I) (000s)	4,686	5,327	13.7
Airline passenger-km (Level I) (000,000s)	10,843	12,522	15.5
PRICES 1986 = 100 (not s.a.)			
Travel Price Index	137.5	140.7	2.3
Consumer Price Index	132.6	134.5	1.4
- Food	126.1	126.9	0.6
- Inter-city transportation	145.0	152.0	4.8
- Renting and leasing of automotive vehicles	126.3	134.3	6.3
- Gasoline	117.8	121.6	3.2
ECONOMIC			
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.) (000,000s)	542,858	545,815	0.5
- Amusement and recreation (000,000s)	4,903	5,010	2.2
- Accommodation and food services (000,000s)	11,836	12,051	1.8
Personal disposable income per capita (s.a.)	17,216	17,297	0.5
LABOUR (000s)			
Labour force (s.a.)	14,917	15,071	1.0
Unemployed	1,441	1,431	-0.7
Employed	13,476	13,641	1.2
- Accommodation and food services (not s.a.)	817	851	4.2
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)			
American Dollar	1.4069	1.3691	-2.7
British Pound	2.2267	2.0964	-5.9
Japanese Yen	0.0147	0.0129	-12.2
German Mark	0.9529	0.9324	-2.2
French Franc	0.2728	0.2719	-0.3

(s.a.) seasonally adjusted.



	Premier trimestre		Variation en %
	1995	1996	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	5 965	6 484	8,7
Visites d'une nuit ou plus	1 573	1 605	2,0
- Par auto	1 011	966	-4,5
Des pays d'outre-mer	483	536	11,0
Visites d'une nuit ou plus	441	506	14,7
Les sept pays les plus populaires:			
Japon	74	85	14,9
Royaume-Uni	67	81	20,9
France	43	48	11,6
Allemagne	42	46	9,5
Hong Kong	25	29	16,0
Australie	20	20	0,0
Corée du Sud	13	19	46,2
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis	10 992	11 676	6,2
Visites d'une nuit ou plus	3 055	3 377	10,5
- Par auto	1 716	1 770	3,1
Outre-mer	1 153	1 233	6,9
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	4 686	5 327	13,7
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	10 843	12 522	15,5
PRIX 1986 = 100 (non dés.)			
Indice des prix des voyages	137,5	140,7	2,3
Indice des prix à la consommation	132,6	134,5	1,4
- Aliments	126,1	126,9	0,6
- Transport interurbain	145,0	152,0	4,8
- Location de véhicules automobiles	126,3	134,3	6,3
- Essence	117,8	121,6	3,2
ÉCONOMIQUE			
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	542 858	545 815	0,5
- Divertissements et loisirs (en millions)	4 903	5 010	2,2
- Hébergement et restauration (en millions)	11 836	12 051	1,8
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 216	17 297	0,5
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	14 917	15 071	1,0
Chômeurs	1 441	1 431	-0,7
Personnes occupées	13 476	13 641	1,2
- Hébergement et restauration (non dés.)	817	851	4,2
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,4069	1,3691	-2,7
Livre sterling	2,2267	2,0964	-5,9
Yen du Japon	0,0147	0,0129	-12,2
Mark de l'Allemagne	0,9529	0,9324	-2,2
Franc de France	0,2728	0,2719	-0,3

(dés.) désaisonnalisées.

ANNONCES

Une enquête de la CTC présente un coup d'oeil sur l'industrie de l'hébergement au Canada

Une enquête portant sur 2 900 établissements totalisant 184 000 chambres d'un bout à l'autre du pays a permis de publier un rapport intitulé **Coup d'oeil sur l'industrie de l'hébergement au Canada**.

L'enquête était la plus importante et la plus complète de son genre jamais entreprise. Le rapport fournit des renseignements essentiels sur trois segments distincts de l'industrie: **hôtels et auberges routières, motels et autres types d'hébergements**.

Pour obtenir un exemplaire gratuit de ce rapport, s'adresser à la Commission canadienne du tourisme: téléphone : (613) 954-3943 ou télécopieur : (613) 954-3945.

Inauguration de L'Académie canadienne du voyage et du tourisme

L'Académie canadienne du voyage et du tourisme a été inaugurée par *l'American Express Foundation* en octobre 1995 dans quatre écoles secondaires de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et de la Nouvelle-Écosse. Ce programme s'inspire du modèle de la réputée *National Academy Foundation (NAF)* des États-Unis, et de programmes similaires du Royaume-Uni et d'autres pays.

Pour plus de détails au sujet de l'Académie canadienne du voyage et du tourisme, veuillez communiquer avec Bonnie Stevens, Directrice, Académie canadienne du voyage et du tourisme au (613) 231-6949, par télécopieur : (613) 231-6853 ou par courrier électronique : cthrc@globalx.net.

QUOI DE NEUF?

Indicateurs nationaux du tourisme, 1994 et 1995

Les services constituent un élément important pour déterminer la performance commerciale du Canada au niveau international. Cette publication fournit les détails les plus récents sur les exportations et les importations canadiennes des services (qui ont atteint de nouveaux sommets en 1995, soit 37 milliards de dollars et 46 milliards de dollars respectivement).

Les personnes qui travaillent dans les domaines de l'élaboration des politiques, de la recherche et de la planification trouveront là une source documentaire absolument unique sur les opérations transfrontalières de services. On y trouve des tableaux chronologiques portant entre autres sur les voyages et les transports, une foule de détails complémentaires sur les services commerciaux, de même que des analyses, des définitions et des sources de données.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Hugh Henderson au (613) 951-9049, Division de la balance des paiements.

Indicateurs nationaux du tourisme

Statistique Canada, avec l'appui financier de la Commission canadienne du tourisme, a élaboré un nouvel ensemble d'indicateurs trimestriels qui dépeignent l'évolution du tourisme au Canada.

Les indicateurs montrent les principaux biens et services (transport, hébergement, restauration) achetés par les visiteurs tant canadiens qu'étrangers, ainsi que l'emploi direct généré par le tourisme au Canada. Ils sont présentés en cinq catégories: l'offre totale; la demande totale; la demande intérieure; la demande étrangère (c'est-à-dire les exportations touristiques); l'emploi. Il convient de préciser que l'offre totale se réfère à la production de tous les biens et services reliés au tourisme, alors que la demande totale désigne la part de ces biens et services achetée par les visiteurs. Les deux agrégats ne sont donc pas égaux.

Ces nouveaux indicateurs concordent avec les estimations annuelles repères de 1988 du Compte satellite du tourisme et sont calculés en dollars courants, constants, en version désaisonnalisée ou non désaisonnalisée.

Pour plus de renseignements, communiquez avec l'agent d'information au (613) 951-3640, télécopieur: (613) 951-3618, Division des comptes nationaux et de l'environnement.

Recettes et dépenses au compte des voyages internationaux

	1er trimestre de 1995r	2e trimestre de 1995r	3e trimestre de 1995r	4e trimestre de 1995r	1er trimestre de 1996p
	données désaisonnalisées[1]				
	millions de $				
États-Unis					
Recettes	1 565	1 480	1 432	1 536	1 742
Dépenses	2 266	2 236	2 223	2 375	2 529
Solde	-700	-755	-791	-839	-787
Tous les autres pays					
Recettes	1 168	1 202	1 253	1 360	1 309
Dépenses	1 224	1 240	1 242	1 222	1 321
Solde	-56	-39	11	138	-13
Total					
Recettes	2 734	2 682	2 685	2 896	3 051
Dépenses	3 490	3 476	3 465	3 597	3 850
Solde	-756	-794	-780	-701	-799
	1er trimestre de 1995r	2e trimestre de 1995r	3e trimestre de 1995r	4e trimestre de 1995r	1er trimestre de 1996p
	données non désaisonnalisées				
	millions de $				
États-Unis					
Recettes	806	1 529	2 643	1 035	891
Dépenses	2 569	2 444	2 177	1 909	2 908
Solde	-1 763	-915	466	-874	-2 017
Tous les autres pays					
Recettes	776	1 224	2 008	976	845
Dépenses	1 303	1 168	1 374	1 084	1 410
Solde	-527	56	634	-108	-565
Total					
Recettes	1 582	2 753	4 651	2 011	1 736
Dépenses	3 872	3 612	3 551	2 993	4 318
Solde	-2 290	-859	1 100	-982	-2 582

r Données révisées.
p Données provisoires.
1 Les données désaisonnalisées peuvent ne pas correspondre aux totaux en raison de l'arrondissement.

Indice des voyages, non désaisonnalisés, 1986 = 100

	Trimestres				Moyenne annuelle
	1er	2e	3e	4e	
1990	116,3	118,5	123,4	124,3	120,6
1991	129,2	129,6	131,6	128,9	129,8
1992	128,4	129,7	133,2	131,7	130,8
1993	132,7	132,9	136,0	134,5	134,0
1994	133,5	134,5	139,8	137,7	136,4
1995	137,5	139,9	146,0	141,5	141,2
1996	140,7				

Source: Division de l'Éducation, Culture et du tourisme.

Indice des prix des voyages,
premier trimestre de 1996

L'indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

L'IPV progresse de 2,3% par rapport à la même période de l'année dernière

L'augmentation de 2,3% des prix entre le premier trimestre de 1995 et le premier trimestre de 1996 est attribuable en grande partie à l'augmentation des frais de transport, surtout en ce qui concerne la location de véhicules automobiles aini que le transport local et de banlieue. On remarque aussi une progression du coût de l'utilisation de véhicules automobiles. En fait, il en coûtait plus aux voyageurs au premier trimestre de 1996 pour à peu près tous les biens et services utilisés lors de voyages au Canada. Un fléchissement du prix des vêtements et de produits de soins personnels a légèrement atténué ces hausses.

En moyenne, l'avance des prix des composantes de l'IPV a été de 2,3%. Durant la même période, l'IPC a avancé de 1,4%.

L'IPV recule de 0,6% par rapport au trimestre précédent

Pour un deuxième trimestre consécutif, L'indice des prix des voyages était en baisse. Au cours du premier trimestre de 1996, les voyageurs ont profité d'une baisse de 7,4% dans les prix de l'hébergement. Ils ont profité aussi d'une réduction des prix de la location de véhicules automobiles. En revanche, les consommateurs ont déboursé plus pour les transports interurbain, local et de banlieue ainsi que pour les aliments et boissons alcoolisées. Au cours du premier trimestre de 1996, L'indice des prix des voyages au Canada a diminué de 0,6% par rapport au trimestre précédent. En comparaison, le coût de tous les biens et services enregistré par l'indice des prix à la consommation était en hausse de 0,4% durant la même période.

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages au (613) 951-1673.

étaient relativement stables à environ 500 millions de dollars au début des années 90. Elles ont augmenté de façon importante depuis 1993, l'année précédant l'ouverture du Casino de Windsor.

Un autre facteur de l'augmention est le faible dollar canadien, qui a perdu 5 cents par rapport aux 78 cents US qu'il valait en 1993.

Les voyages transfrontaliers de même jour en automobile des Américains qui sont passés par le tunnel de Windsor ont augmenté de façon considérable depuis 1993. Au cours des deux années qui ont suivi, cette circulation a bondi de 73 %. Pendant la même période, le reste du Canada a connu une hausse plus modérée du nombre de voyages de ce genre, soit 11 %.

Par conséquent, la proportion d'Américains passant par le tunnel de Windsor pour effectuer un voyage de même jour en automobile au Canada a atteint un sommet de 21 % en 1995, une augmentation de plus de 6 points de pourcentage par rapport à 1993.

Plus d'Asiatiques voyagent au Canada

Depuis 1994, la fréquence et la capacité des vols entre le Canada et l'Asie ont toutes deux augmenté. Cette augmentation du service aérien a contribué à faire de l'Asie le marché qui a connu la plus forte croissance parmi tous les continents en 1995. Les Asiatiques ont fait 1,3 million de voyages d'une nuit ou plus ici en 1995, injectant 1,4 milliard de dollars dans l'économie canadienne.

Les Asiatiques sont plus susceptibles de visiter l'Ouest canadien que les résidents des autres continents. Alors que 26 % des voyages des Américains et des visiteurs d'outre-mer au Canada incluaient au moins une nuit en Colombie-Britannique en 1995, près de la moitié des voyages des Asiatiques (47 %) en incluaient aussi au moins une. L'Alberta a été visitée par 21 % des voyageurs de l'Asie. Néanmoins, l'Ontario est la province qui a reçu le plus de visites d'au moins une nuit, attirant 49 % des Asiatiques qui ont voyagé au Canada en 1995.

Quant aux Canadiens voyageant à l'extérieur du pays, la seule destination asiatique se classant parmi les 15 pays les plus visités a été Hong Kong. En 1995, les Canadiens ont effectué 115 000 voyages qui incluaient une visite d'une nuit ou plus à Hong Kong.

Différents profils statistiques ainsi que des fichiers de microdonnées sur les caractéristiques des voyageurs internationaux au quatrième trimestre de 1995 et pour l'année 1995 sont disponibles sur demande.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Luc Dubois au (613) 951-1674, Section des voyages internationaux, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme. Télécopieur: (613) 951-2909. Internet: duboluc@ statcan.ca.

Compte des voyages internationaux

Premier trimestre de 1996 (données provisoires) Données désaisonnalisées

Les visiteurs étrangers ont injecté un montant record de 3,1 milliards de dollars dans l'économie canadienne au premier trimestre de 1996. Ce montant est de 5,4 % supérieur au montant du quatrième trimestre de 1995. Par ailleurs, les dépenses des Canadiens à l'étranger ont grimpé de 7,0 %, pour atteindre le montant inégalé de 3,9 milliards $.

Le résultat net a été une détérioration de 13,9 % du solde du compte des voyages internationaux. Le déficit de 799 millions $ était bien en deçà du déficit record de 1,9 milliard atteint au quatrième trimestre de 1991. Le dollar canadien a perdu 0,15 $ US depuis.

Les Américains ont dépensé un montant record au Canada

Le déficit du compte des voyages avec les États-Unis, qui avait augmenté au cours des quatre trimestres précédents, a chuté à 787 millions $ au cours du premier trimestre de 1996. Ce niveau était inférieur de moitié au déficit record de 1,8 milliard $ enregistré au quatrième trimestre de 1991.

Les Américains voyageant au Canada ont laissé un montant inégalé de 1,7 milliard $ derrière eux, alors que leurs dépenses ont augmenté de 13,5 % par rapport au quatrième trimestre de 1995. Par ailleurs, les dépenses des Canadiens aux États-Unis étaient aussi à la hausse, à 2,5 milliards $.

Au cours du premier trimestre de 1996, les Canadiens voyageant dans des pays d'outre-mer ont dépensé plus que nos visiteurs des pays autres que les États-Unis. Le déficit de 13 millions $ du compte des voyages avec les pays d'outre-mer faisait suite à un surplus record de 138 millions $ au cours du quatrième trimestre de 1995. Le déficit a atteint le niveau inégalé de 297 millions $ lors du premier trimestre de 1990.

Les recettes provenant des résidents d'outre-mer ont totalisé 1,3 milliard $. Cette baisse de 3,8 % était la première au cours des neuf derniers trimestres. Par ailleurs, les dépenses des Canadiens dans les pays autres que les États-Unis ont augmenté, atteignant 1,3 milliard $.

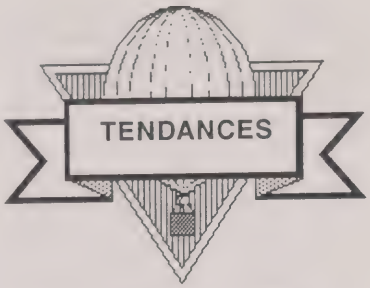
Révisions du compte des voyages internationaux

En raison de changements apportés aux définitions de la balance des paiements internationaux (remaniées par le Fonds monétaire international en 1993), d'importants éléments du compte des voyages internationaux ont été révisés. Ces nouvelles catégories internationales de déclaration ont été utilisées pour la première fois avec la publication des estimations pour le premier trimestre de 1996. Les données chronologiques depuis 1961 ont été révisées en fonction de ces changements.

Les changements suivants ont des incidences sur le compte des voyages internationaux ainsi que sur les autres éléments précisés de la balance des paiements :

- ajout des dépenses liées à l'éducation (auparavant comprise dans les autres services); elles représentent les paiements et les recettes au titre des frais de scolarité, du logement et des dépenses personnelles des étudiants qui fréquentent le collège ou l'université à plein temps;
- ajout des dépenses médicales (auparavant comprises dans les services gouvernementaux); elles couvrent principalement les paiements effectués en vertu des régimes provinciaux d'assurance-maladie pour les services d'hospitalisation et les services de médecins et les recettes au titre des services d'hospitalisation;
- ajout des dépenses effectuées par les équipages de bateaux et de trains aux estimations existantes des dépenses des équipages d'avions et de camions;
- retrait des tarifs des passagers internationaux du compte des voyages et inclusion de ces tarifs dans le compte des transports.

Le résultat net de ces changements de définitions est une amélioration considérable du solde révisé du compte des voyages par rapport aux niveaux publiés antérieurement.



Caractéristiques des voyageurs internationaux, 1995

Les Américains ont injecté 4,8 milliards de dollars dans l'économie canadienne en 1995, alors que leurs séjours d'une nuit ou plus ont atteint le plus haut niveau depuis neuf ans. Il s'agit d'une augmentation 9,2 % par rapport à l'année précédente.

Les voyageurs américains ont effectué 13,0 millions de voyages d'une nuit ou plus au Canada en 1995. Il s'agit d'une hausse de 3,7 % par rapport à l'année précédente et du plus grand nombre de voyageurs depuis 1986.

Alors que les voyages d'une nuit ou plus des Américains au Canada ont augmenté, le nombre de voyages des Canadiens vers les États-Unis est en baisse.

Les Canadiens ont séjourné aux États-Unis au moins une nuit à 14,7 millions de reprises en 1995, en chute de 2,1 %. Un des facteurs de cette diminution est la faible valeur du dollar canadien, qui valait en moyenne 73 cents US en 1995.

Pays les plus visités par les Canadiens (séjours d'une nuit ou plus)

	Séjours	Nuitées	Dépenses dans le pays
	en milliers		millions de $
États-Unis	14 663	105 795	7 142
Royaume-Uni	714	10 283	769
France	419	5 335	466
Mexique	406	4 291	344
Allemagne	223	2 565	180
Cuba	184	1 734	119
Pays-Bas	165	1 551	97
Italie	151	1 860	152
Suisse	126	743	80
République dominicaine	126	1 225	86
Hong Kong	115	2 464	137
Autriche	93	698	60
Bermudes	90	739	95
République d'Irlande	85	1 025	93
Espagne	78	1 332	86

Les voyages en avion entre le Canada et les États-Unis à la hausse

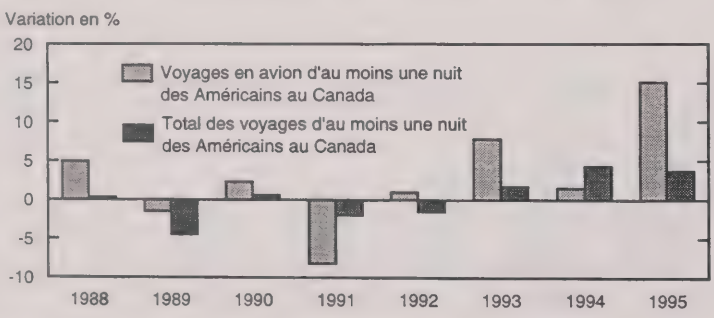
Le moyen de transport favori pour les voyages entre le Canada et les États-Unis demeure l'automobile. Par contre, avec la signature de l'accord bilatéral «Ciel ouvert» en février 1995, la popularité des voyages en avion a augmenté.

Les voyages en avion représentaient 21 % de tous les voyages d'au moins une nuit en 1995, une proportion sans précédent. Le nombre de voyages en avion au Canada des Américains qui ont séjourné au moins une nuit a augmenté de 15 % par rapport à 1994, pour atteindre un sommet de 2,8 millions. La moitié de ces voyages étaient des voyages d'affaires, qui étaient en hausse de 10 %. La hausse la plus importante, par contre, était celle des voyages d'agrément, qui ont bondi de 24 %.

La croissance dans les voyages d'au moins une nuit en avion des Canadiens aux États-Unis n'a pas été aussi importante (+2,5 %), mais elle allait à l'encontre de la tendance dans les voyages utilisant les autres principaux moyens de transport. Les Canadiens effectuant moins de voyages en automobile aux États-Unis, la proportion des voyages d'au moins une nuit effectués en avion a atteint 26 %. C'était la proportion la plus élevée depuis 1987.

Les résidents de toutes les provinces, sauf ceux de Terre-Neuve, du Nouveau-Brunswick et du Québec, ont fait plus de voyages en avion aux États-Unis en 1995 que pendant l'année précédente. Une utilisation accrue de l'avion lors de voyages d'au moins une nuit au Canada a aussi été enregistrée par les résidents de la plupart des états, particulièrement ceux de la Floride, du Texas, de l'Illinois, de New York et de la Californie.

L'augmentation des voyages en avion d'au moins une nuit des Américains au Canada était la plus importante en neuf ans



Un voyage transfrontalier de même jour sur cinq effectué par les Américains s'est fait par le tunnel de Windsor

Les Américains ont continué de faire plus de voyages de même jour en automobile au Canada en 1995, soit 22,7 millions. Il s'agissait du niveau le plus élevé depuis 1981. À cette époque, l'essence canadienne moins dispendieuse et un taux de change favorable ont amené les Américains à faire 27,1 millions de voyages transfrontaliers de même jour, un sommet inégalé depuis.

Les dépenses des Américains lors de voyages de même jour en automobile au Canada ont atteint un niveau record de 920 millions de dollars en 1995. Les dépenses lors de voyages de ce genre

indépendants. De plus, les sociétés d'affrètement ont offert des services intérieurs concurrentiels à deux des petites villes-pivots (Regina et St. John's). Ce niveau de concurrence de la part des sociétés d'affrètement était, de l'aveu général, un peu moins élevé que celui des grandes et moyennes villes-pivots. Dans chacune de celles-ci, les sociétés d'affrètement ont exploité des services intérieurs concurrentiels.

Les variations des prix suivent les variations des marchés

Une meilleure explication des hausses observées dans les prix par passager-kilomètre est la transformation de la structure économique du marché intérieur, où deux faits se dégagent en particulier; premièrement, le déclin du nombre de passagers intérieurs, et deuxièmement, la fin des subventions horizontales.

Le déclin du nombre de passagers intérieurs signifie que les économies d'échelle ne fonctionnent plus en faveur des voyages intérieurs, et en particulier pour les voyages entre les petites villes-pivots. L'Enquête sur l'origine et la destination des passagers intérieurs[4] montre, qu'entre 1980 et 1993, le trafic intérieur total de passagers a diminué de 21,5% en termes absolus. Sur le plan des parts du marché, la part du marché intérieur sur l'ensemble du trafic (intérieur et international) a diminué de 50,3% en 1980 à 34,9% en 1993. Le trafic entre les petites villes-pivots a régressé davantage au cours de cette période, soit 39,5% selon l'Enquête sur l'origine et la destination des passagers intérieurs. Ceci signifie que les coûts fixes payés par chaque passager entre les petites villes-pivots ont enregistré des gains supérieurs aux coûts payés par les passagers entre les grandes et moyennes villes-pivots.

L'augmentation des coûts unitaires a été aggravée par la fin des subventions horizontales. À l'ère de la réglementation, les compagnies aériennes devaient fournir des services en utilisant des taux comparables sur la plupart de leurs routes. Elles utilisaient alors les recettes des routes rentables pour subventionner les pertes encourues sur les routes non-rentables. Depuis la libéralisation, les revenus moyens et les prix se sont déplacés vers des niveaux qui reflètent les coûts économiques réels des services offerts. Pour les voyages entre les grandes villes-pivots, les augmentations des revenus moyens ont été moindres que celles du taux d'inflation, alors que les revenus moyens pour les voyages entre les moyennes et petites villes-pivots ont subi de fortes hausses en termes réels.

[4] *Cette enquête porte sur les services réguliers offerts au Canada, à destination ou en provenance de ce pays, par des transporteurs aériens canadiens régionaux et locaux et sur des services réguliers à destination ou en provenance du Canada offerts par des transporteurs aériens étrangers.*

Classification des villes par catégorie de villes-pivots, 1983-1994

	1983-1989	1990	1991	1992	1993	1994
Grand	Montréal	Montréal	Calgary	Calgary	Calgary	Calgary
	Toronto	Toronto	Toronto	Toronto	Toronto	Toronto
	Vancouver	Vancouver	Vancouver	Vancouver	Vancouver	Vancouver
Moyen	Calgary	Calgary	Montréal	Montréal	Montréal	Montréal
	Edmonton	Edmonton	Edmonton	Edmonton	Edmonton	Edmonton
	Halifax	Halifax	Halifax	Halifax	Halifax	Halifax
	Ottawa	Ottawa	Ottawa	Ottawa	Ottawa	Ottawa
	Winnipeg	Winnipeg	Winnipeg	Winnipeg	Winnipeg	Winnipeg
				Victoria	Victoria	
Petit	Fredericton					
	Kelowna	Kelowna	Kelowna	Kelowna	Kelowna	Kelowna
	Moncton					
	Prince George	Prince George	Prince George	Prince George	Prince George	Prince George
	Québec	Québec			Québec	Québec
	Regina	Regina	Regina	Regina	Regina	Regina
	Saint John					
	Saskatoon	Saskatoon	Saskatoon	Saskatoon	Saskatoon	Saskatoon
	St. John's	St. John's	St. John's	St. John's	St. John's	St. John's
	Thunder Bay	Thunder Bay	Thunder Bay	Thunder Bay	Thunder Bay	Thunder Bay
	Victoria		Victoria	Victoria		
	Windsor					

l'ensemble avoir enregistré des progrès. Nous estimons également que les perspectives de l'industrie pour l'exercice 1995-1996 ont bénéficié de la croissance constante de l'activité touristique en général, en raison principalement de la faiblesse du dollar canadien, ainsi que de la hausse du taux d'occupation et du prix moyen des chambres, comme semblent l'indiquer les premières données de l'enquête sur l'industrie.

Les revenus moyens selon la taille des villes-pivots[1]

par Bradley Snider

Bradley Snider est analyste principal, Centre des statistiques de l'aviation

Note aux utilisateurs

Dans cette étude, les villes sont classées comme «grandes villes-pivots», «moyennes villes-pivots», ou «petites villes-pivots» selon le niveau du trafic intérieur régulier des transporteurs aériens canadiens de niveau I et de deux transporteurs aériens de niveau II. Une grande ville-pivot est responsable de 10,0% ou plus de l'ensemble des embarquements de ces transporteurs dans une année donnée. Une moyenne ville-pivot est pour sa part responsable de 2,0% à 10,0% (borne inférieure incluse) des embarquements, alors qu'une petite ville-pivot accapare de 0,5% à 2,0% (borne inférieure incluse) des passagers réguliers intérieurs de l'année observée.

Cette étude résume, pour une période de 12 années, les revenus intérieurs moyens selon les catégories de villes-pivots dérivés à partir de l'Enquête sur la base tarifaire[2]. L'étude montre que, depuis le début de l'enquête en 1983 jusqu'à 1994, le taux de progression du revenu moyen (recettes par passager-kilomètre) pour les voyages entre les petites villes-pivots a été 2,5 fois supérieur à celui observé entre les grandes villes-pivots. Depuis 1988, l'année de la libéralisation, le taux de progression du revenu moyen pour les voyages entre les petites villes-pivots a été cinq fois supérieur à celui des grandes villes-pivots, malgré la présence d'une forte concurrence.

Les revenus moyens des petites villes-pivots demeurent plus élevés

Depuis 1983, les revenus moyens les plus élevés sont invariablement observés dans la catégorie de villes-pivots «petit-petit» et les plus faibles, dans la catégorie «grand-grand». Cependant, en 1983, les écarts dans les revenus moyens entre les différentes tailles de villes-pivots étaient relativement petits. En 1983, par exemple, pour le groupe tarifaire «tous les tarifs», le revenu moyen le plus élevé était de 14,2 cents pour les voyages entre les petites villes-pivots, soit une différence de seulement 5,3 cents par rapport au revenu moyen le plus faible (8,9 cents) qui fut obtenu pour les voyages entre les grandes villes-pivots. L'écart a diminué jusqu'en 1988, quand le revenu moyen le plus élevé était de seulement 3,4 cents supérieur à celui du plus faible.

Les différences dans les revenus moyens entre les catégories de villes-pivots se sont accrues rapidement depuis 1988, atteignant un sommet en 1991, quand le revenu moyen pour les voyages entre les petites villes-pivots a atteint 35,4 cents, soit 3,3 fois le revenu moyen de 10,8 cents entre les grandes villes-pivots. Depuis lors, l'écart s'est stabilisé, et a même légèrement régressé. En 1994, le revenu moyen pour la catégorie «petit-petit» était de 28,4 cents, 2,5 fois le revenu moyen de 11,9 cents pour la catégorie «grand-grand». Cet écart représente encore le double de celui de la période antérieure à 1988.

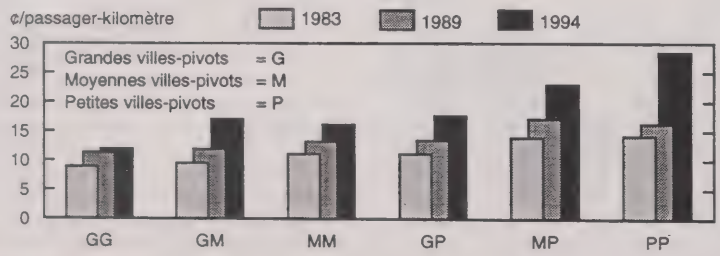
Les revenus moyens pour les petites villes-pivots ont progressé plus rapidement

Entre 1983 et 1994, les revenus moyens du groupe tarifaire «tous les tarifs[3]» pour les voyages entre les grandes villes-pivots ont augmenté à un taux annuel de 2,7% par année. Ceci est bien inférieur au taux d'inflation annuel moyen de 3,6% enregistré au cours de cette période. Par ailleurs, les revenus moyens du groupe tarifaire «tous les tarifs» pour les voyages entre les petites villes-pivots ont augmenté à un taux annuel moyen de 6,5% entre 1983 et 1994, soit un taux de croissance de 2,4 fois supérieur à celui des grandes villes-pivots.

Depuis 1988, le revenu moyen du groupe tarifaire «tous les tarifs» pour les voyages entre les petites villes-pivots s'est accru à un taux annuel de 13,0%, soit cinq fois le taux d'augmentation annuel de 2,6% pour les voyages entre les grandes villes-pivots.

Cette différence ne peut être attribuée à un manque de concurrence dans les petites villes-pivots en comparaison des grandes villes-pivots. En 1983, les petites villes-pivots étaient principalement desservies par un seul transporteur principal ou régional, tel qu'autorisé par le Comité des transports aériens de la Commission canadienne des transports qui existait à cette époque. En 1994, selon l'Examen annuel de 1994 de l'Office national des transports, toutes les petites villes-pivots étaient desservies, au titre des services réguliers, par les deux principaux transporteurs, ou leurs sociétés affiliées, et par quelques transporteurs

Les revenus moyens des services réguliers intérieurs entre les petites villes-pivots ont augmenté plus rapidement que ceux entre les moyennes ou grandes villes-pivots



[1] *La classification des villes par catégorie de villes-pivots est fondée seulement sur le trafic des vols intérieures réguliers des transporteurs canadiens de niveau I.*

[2] *L'Enquête sur la base tarifaire, réalisée pour la première fois en janvier 1983, constitue une source complète et régulière de données sur les passagers et les recettes d'après les différents genres de tarifs.*

[3] *«Tous les tarifs» incluent classe affaires, classe économique, première classe, réduit, et autres tarifs.*

Tableau 11

Établissements affiliés selon la taille, Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

	Tous	Petits	Moyens	Grands
Nombre d'établissements	441	21	274	146
Établissements affiliés en tant que % du total	33 %	5 %	39 %	70 %
Établissements affiliés en tant que % du total des revenus	57 %	4 %	42 %	79 %
Revenus moyens par établissement (en millions de dollars)	6,1	1,1	2,8	13,1
Marge bénéficiaire (%)	-2 %	-1 %	-1 %	-2 %

Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

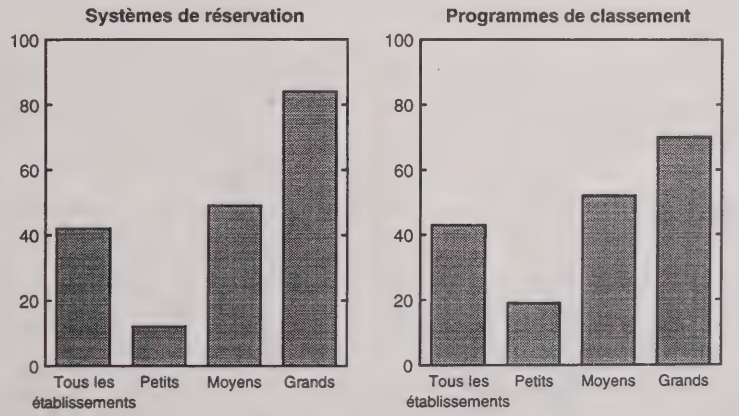
sont situés dans la catégorie moyenne, laquelle a généré plus du tiers (36 %) du total des revenus. Si l'on juge les catégories de marché des hôtels selon la taille, il est intéressant de constater que la plupart des établissements de classe économique sont petits, que la plupart des établissements des catégories moyenne et supérieure sont de taille moyenne, et que la plupart des hôtels de luxe sont grands. Les établissements de la classe économique sont le seul groupe qui a enregistré une rentabilité (4 %). Dans les catégories de taille, les petits établissements de type luxueux suivis des moyens établissements de type économique sont les plus performants.

Il est courant pour les exploitants hôteliers au Canada d'être affiliés à une chaîne nationale ou multinationale ou d'être franchisés. Au cours des dernières années toutefois, l'industrie s'est restructurée et s'est regroupée rapidement en raison de la lenteur de la reprise économique, des faibles taux d'occupation et de la forte concurrence. En 1993-1994, près de 33 % des établissements hôteliers enquêtés étaient affiliés à un groupe. La proportion de l'affiliation augmente selon la taille des hôtels, à partir de groupes d'établissements moyens (39 %) à de grands groupes (70 %). Très peu des petits hôtels enquêtés étaient affiliés à un groupe. Les résultats des hôtels et auberges routières affiliés (marge bénéficiaire de -2 %) ont été inférieurs à la moyenne nationale, surtout encore une fois dans les grands établissements et dans les provinces de Québec et de l'Ontario.

Il est essentiel pour de nombreux établissements hôteliers, surtout ceux qui sont exploités au sein d'une chaîne ou en franchise, de compter sur un système central de réservations. Les systèmes de classification commerciale ou par «étoiles» sont encore plus courants, puisqu'ils sont très prisés par les exploitants, qui tiennent à être dûment reconnus pour leurs normes de qualité. D'après les résultats de l'enquête de 1993-1994, la participation à des systèmes centraux de réservations ainsi qu'à des programmes de classification par «étoiles» ou d'autres initiatives semblables se situait à 42 % et 44 % respectivement de l'ensemble des établissements enquêtés. Dans les deux cas, le taux de participation augmente avec la taille de l'établissement.

Graphique 3

Participation à des systèmes de réservation centrale et programmes de classement par étoiles, 1993-1994



Source : Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Conclusion

L'enquête remaniée sur l'hébergement de voyageurs a été depuis 1992 très bien accueillie et fortement encouragée. La collecte de données et de renseignements très nécessaires sur les caractéristiques d'exploitation commerciale a été profitable à de nombreux utilisateurs de l'extérieur, dont les associations commerciales et la Commission canadienne du tourisme. On s'entend en général pour dire que les travaux de recherche sur les segments des hôtels et des auberges routières, ainsi que des motels, ont été très satisfaisants. Le champ de l'enquête pour le segment des «autres industries d'hébergement» pourrait toutefois être améliorée.

L'industrie des hôtels et des auberges routières, selon les résultats de l'enquête de 1993-1994, a manifesté certains signes d'amélioration par rapport à ses résultats décevants de l'année précédente. Tant les taux d'occupation que les revenus moyens par chambre ont été plus élevés. Aussi, leur marge bénéficiaire négative de l'année précédente a été moins prononcée.

L'écart intéressant entre les résultats financiers des hôtels dans l'Est et dans l'Ouest se maintiendra probablement pour un certain temps, car les structures des coûts commerciaux et les caractéristiques d'exploitation ne changeront probablement pas rapidement.

Les grands établissements hôteliers, qui comptaient pour la plus grande partie de l'ensemble des hôtels et des auberges routières, cherchaient encore à se sortir entièrement du creux de l'exercice précédent. D'après les résultats préliminaires de l'enquête de 1994-1995, qui devraient être rendus publics en août 1996, les résultats commerciaux dans le secteur de l'hébergement de voyageurs devrait dans

Tableau 9

Dépenses en immobilisations selon la taille
Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

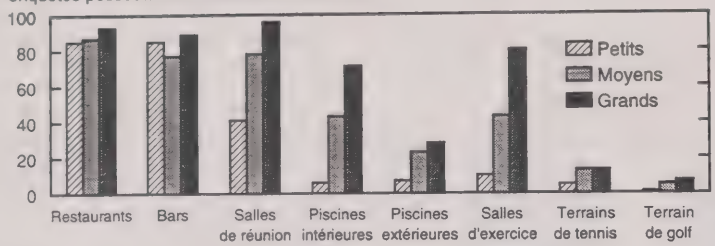
	Dépenses moyennes en immobilisations par établissement	Établissements qui ont fait des dépenses en immobilisations
	en milliers de $	%
Tous les établissements	**321**	**44**
Petits	95	39
Moyens	228	41
Grands	783	67

Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Graphique 2

Installations selon la taille,
Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

Pourcentage de tous les hôtels et auberges routières enquêtés possédant les installations suivantes :



Source : Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Tableau 10

Caractéristiques d'exploitation selon la catégorie et la taille,
Hôtels et auberges routières enquêtés, Canada 1993-1994

	Économique	Moyen	Supérieur	Luxueux
			%	
Nombre d'établissements				
Tous	100	100	100	100
Petits	60	24	16	13
Moyens	36	64	50	39
Grands	4	12	34	48
Total des revenus				
Tous	100	100	100	100
Petits	50	12	3	2
Moyens	42	58	24	17
Grands	8	30	73	81
Marge bénéficiaire				
Tous	4	–	-2	-1
Petits	4	5	3	12
Moyens	6	2	-1	-7
Grands	-2	-6	-3	-1

– *nil ou zéro*
Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

déclaré une proportion beaucoup plus élevée de voyageurs d'agrément canadiens. Les établissements hôteliers de grande taille ont déclaré un pourcentage relativement plus élevé de clients en provenance de l'étranger. Les voyageurs d'affaires canadiens ont été par ailleurs aussi nombreux dans les établissements de grande et de moyenne taille. À l'échelon provincial, c'est à l'Île-du-Prince-Édouard, au Manitoba, en Saskatchewan et en Colombie-Britannique qu'on a déclaré des proportions plus élevées que la moyenne nationale de voyageurs d'agrément canadiens. Il y a eu beaucoup plus de visiteurs étrangers au Québec, en Alberta et au Yukon.

Les hôtels et auberges routières enquêtés en 1993-1994 comptaient une moyenne de 79 employés. Ce chiffre moyen s'échelonnait de 26 employés dans les petits établissements à 238 employés dans les grands établissements. Soixante-neuf pour cent de la main-d'oeuvre était à plein temps, dont 9 % était saisonnière. Des 31 % qui étaient des employés à temps partiel, 6 % étaient saisonniers.

Près de 44 % des établissements hôteliers enquêtés en 1993-1994 ont indiqué avoir fait des dépenses en immobilisations, soit des dépenses moyennes de 321 000 $ par établissement. Le pourcentage des hôtels qui ont fait de telles dépenses et le montant de ces dépenses ont été d'autant plus élevés que l'établissement était de grande taille.

Les hôtels existent en premier lieu pour offrir des services d'hébergement de courte durée aux personnes qui ne sont pas à leur domicile parce qu'elles font un voyage d'agrément ou d'affaires. Comme la plupart des hôtels offrent l'hébergement avec services complets, il n'est pas étonnant qu'ils soient dotés de nombreuses commodités et installations. Un pourcentage très élevé d'hôtels et d'auberges routières ont des restaurants (87 %), des bars (82 %), des salles de réunion (64 %), des piscines intérieures (35 %) et des installations de conditionnement physique (38 %). La proportion des installations signalées est aussi généralement plus élevée selon la taille de l'établissement.

Les hôtels et les auberges routières, comme d'autres industries de l'hébergement de voyageurs, peuvent être répartis en quatre catégories de marché (économique, moyen, supérieur et luxueux), selon l'étendue et la qualité des commodités, des installations et des services offerts. Près de la moitié (47 %) des établissements enquêtés en 1993-1994 se

Tableau 7

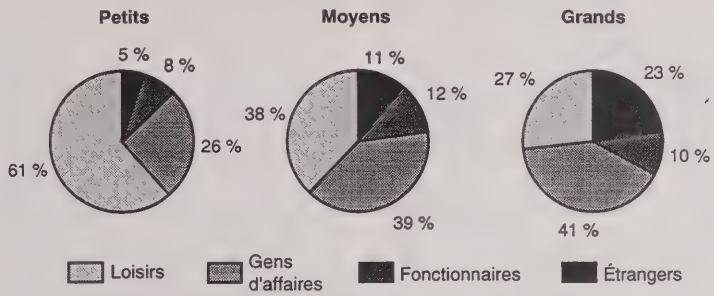
Indicateurs de performance selon la taille des établissements et l'emplacement,Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

	Marge bénéficiaire	Taux d'occupation	Revenu moyen par chambre
	%		$
Taille :			
Petite	4	49	45
Moyenne	1	57	59
Grande	-3	61	86
Emplacement :			
Centre	-2	60	75
Banlieue	4	56	59
Route	–	56	63
Aéroport	-5	61	71
Centre de villégiature	2	55	79

– nil ou zéro
Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Graphique 1

Répartition en pourcentage de la clientèle selon la taille, Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994



Source : Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Tableau 8

Caractéristiques de l'emploi selon la taille des établissements, Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

	Nombre moyen d'employés	Emplois à plein temps (%)		Emplois à temps partiel (%)	
		Année entière	Saison	Année entière	Saison
Tous les établissements	**79**	**60**	**9**	**25**	**6**
Petits	26	55	10	29	6
Moyens	64	56	13	25	6
Grands	238	64	6	25	5

Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

d'exploitation à l'échelle nationale. Par province, la répartition de la structure des coûts d'exploitation varie encore une fois considérablement. L'écart est net entre les provinces de l'Ouest et les provinces à l'est du Manitoba. Dans l'Ouest, la proportion du coût des ventes[4] est plus élevée en raison principalement des plus fortes ventes de boissons alcoolisées et d'autres marchandises. Les coûts de main-d'oeuvre et les autres dépenses des hôtels dans l'Ouest sont généralement inférieurs au total, ce qui contribue à expliquer les marges bénéficiaires plus élevées. Les coûts d'occupation aussi étaient inférieurs dans les provinces de l'Ouest à l'exception de la Colombie-Britannique et des Territoires du Nord-Ouest.

La taille de l'hôtel, pour ce qui est du nombre de chambres, est un facteur important pour le choix des services, des commodités et des installations, et pour les types et le volume de clientèle qu'il peut attirer. Le rendement de l'hôtel est fonction par conséquent des diverses caractéristiques d'exploitation inhérentes à chacun des groupes selon la taille. Pour ce qui est de la rentabilité, les grands établissements[6] n'ont pas eu de bons résultats en 1993-1994 avec une marge bénéficiaire déclarée de -3 %, malgré une certaine hausse du taux d'occupation et des revenus moyens par chambre. Les petits établissements par ailleurs ont enregistré une hausse marquée de 4 %.

L'emplacement géographique du marché est un autre facteur important des résultats commerciaux des industries d'hébergement de voyageurs. En 1993-1994, les hôtels et auberges routières enquêtés situés au centre-ville, en banlieue et sur les routes ont tous enregistré de meilleurs résultats en général. La rentabilité est restée négative pour les hôtels au centre-ville (-2 %) et pour ceux qui sont situés près des aéroports (-5 %).

Caractéristiques commerciales

Dans les hôtels, la proportion d'un groupe donné de clients peut changer d'une année à l'autre compte tenu des forces de l'économie et du marché. En 1993-1994, la baisse inhabituellement marquée du nombre des voyageurs d'agrément canadiens (3 points) a été compensée par une hausse du nombre des voyageurs d'affaires (2 points) et des visiteurs étrangers (1 point).

La clientèle des hôtels a beaucoup varié selon la taille et par province. En 1993-1994, les hôtels de petite taille[7] ont

[6] Hôtels et auberges routières comptant au moins 200 chambres.

[7] Hôtels et auberges routières comptant moins de 50 chambres.

Tableau 5

Répartition en pourcentage des sources de revenus par province
Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

	Hébergement	Repas et boissons non alcoolisées	Boissons alcoolisées	Vente de marchandises	Autres revenus
			%		
Canada	**50**	**22**	**18**	**1**	**9**
Terre-Neuve	59	22	10	1	8
Île-du-Prince-Édouard	59	27	9	–	5
Nouvelle-Écosse	61	22	8	–	9
Nouveau-Brunswick	61	26	7	–	6
Québec	56	23	10	1	10
Ontario	57	22	10	1	10
Manitoba	24	14	50	2	10
Saskatchewan	34	22	36	2	6
Alberta	43	23	24	1	9
Colombie-Britannique	47	20	23	1	9
Yukon	34	18	22	15	11
Territoires du Nord-Ouest	46	18	20	6	10

– nil ou zéro
Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Tableau 6

Répartition en pourcentage des dépenses d'exploitation par province
Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

	Salaires et avantages sociaux	Coût des ventes[4]	Coût d'occupation[5]	Amortissement et intérêts	Autres dépenses
			%		
Canada	**35**	**18**	**13**	**13**	**22**
Terre-Neuve	41	14	11	11	26
Île-du-Prince-Édouard	35	17	10	12	23
Nouvelle-Écosse	37	13	13	18	23
Nouveau-Brunswick	34	13	16	14	25
Québec	41	13	16	14	22
Ontario	38	12	19	15	23
Manitoba	23	39	8	6	20
Saskatchewan	29	31	8	11	21
Alberta	30	21	9	13	20
Colombie-Britannique	35	19	11	11	20
Yukon	27	32	9	17	15
Territoires du Nord-Ouest	26	24	14	12	18

Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

étrangers est plus élevée que dans les hôtels et les motels.

Analyse des hôtels et des auberges routières enquêtés

Rendement financier

L'exercice 1993-1994 n'a pas été en général une très bonne année pour les hôtels et les auberges routières. Malgré une hausse du taux d'occupation et du revenu moyen des chambres, par rapport aux piètres résultats de l'exercice antérieur, la marge bénéficiaire est restée négative (-1 %). À l'échelle provinciale, le rendement financier des hôtels est très différent entre les provinces de l'Est et celles de l'Ouest. Les hôtels dans les provinces de l'Est, sauf l'Île-du-Prince-Édouard, ont continué de déclarer des pertes, l'Ontario affichant les pires résultats (une marge bénéficiaire de -7 %). L'Alberta a réussi à rester en première place pour ce qui est des bénéfices (7 %). Comparativement à l'exercice précédent, les établissements dans l'Ouest ont enregistré une autre amélioration de leur rentabilité, sauf au Yukon.

Le taux d'occupation moyen est une mesure essentielle dans l'entreprise de l'hébergement. Il s'agit d'un indicateur quantitatif du chiffre d'affaires brut. En 1993-1994, le taux d'occupation moyen des hôtels au Canada a été de 59 %, soit 3 % de plus que l'exercice précédent. Pendant la même période, le revenu moyen par chambre a augmenté de 4 %. Ces deux facteurs ont contribué à l'amélioration de la performance commerciale cette année.

Pour ce qui est des provinces, toutes ont enregistré des taux d'occupation hôtelière plus élevés, sauf le Manitoba et le Yukon. La plupart des provinces ont aussi déclaré une hausse du revenu moyen par chambre. Ces augmentations du taux d'occupation et du revenu moyen par chambre ont contribué à la réduction des pertes dans de nombreuses provinces de l'Est, surtout l'Ontario et le Québec. L'écart régional important des marges bénéficiaires entre les provinces de l'Ouest et le reste du Canada semble attribuable principalement à leurs structures différentes de coûts d'exploitation.

Si les sources de revenus des exploitants hôteliers sont restées stables à l'échelon national, il y a eu un écart important entre les provinces de l'Est et celles de l'Ouest. L'Ontario et les autres provinces de l'Est ont produit des revenus plus élevés par chambre, tandis que les provinces de l'Ouest ont tiré beaucoup plus de revenus de la vente d'alcool. Les hôtels du Manitoba ont déclaré le plus haut pourcentage de revenus (50 %) de la vente d'alcool, dont les deux tiers étaient destinés à la consommation à l'extérieur des lieux. Il faut spécifier cependant que l'existence de magasins d'alcool à l'intérieur des hôtels est unique aux provinces de l'Ouest.

Comparativement à d'autres industries des services d'hébergement de voyageurs, l'exploitation d'hôtels et d'auberges routières exige remarquablement plus de main-d'oeuvre. En 1993-1994, les salaires et les avantages sociaux comptaient pour 35 % du total des coûts

[4] *Y compris la valeur des aliments, des boissons, de l'alcool et des marchandises achetés et utilisés pour les ventes.*

[5] *Y compris les frais de location du terrain et des bâtiments, le chauffage, l'éclairage, l'électricité et l'eau, l'assurance, les taxes, les permis et les licences.*

Tableau 3

Répartition de la clientèle, industries des services d'hébergement de voyageurs, 1993-1994

	Industries des services d'hébergement	Hôtels et auberges routières	Motels	Autres industries d'hébergement
		%		
Clients du Canada :	86	86	93	82
Loisirs	45	42	53	73
Personnes d'affaires	32	34	32	8
Fonctionnaires	9	10	8	1
Clients de l'étranger	14	14	7	18
Total	**100**	**100**	**100**	**100**

Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

une forte influence sur l'emploi local et sur la santé économique générale de l'économie touristique. Comme on peut s'y attendre, la plupart des établissements hôteliers sont situés dans les centres-villes, tandis qu'un nombre relativement restreint sont exploités près des aéroports. Les chambres comptent pour près de la moitié des revenus d'hôtels[3], tandis que les repas et les boissons alcoolisées constituent une bonne tranche des autres revenus. Pour ce qui est de la clientèle, les personnes d'affaires et les voyageurs d'agrément représentent chacun plus du tiers de la clientèle totale. Les visiteurs étrangers forment plus du septième de la clientèle hôtelière.

L'industrie des motels

L'industrie des motels a généré 1 milliard de dollars de revenus en 1993-1994 (12 % de toutes les industries d'hébergement), et ils arrivent ainsi au deuxième rang après les hôtels et les auberges routières. Le motel est généralement exploité dans un immeuble de faible hauteur dont les chambres sont accessibles directement de l'extérieur. Comparativement aux hôtels, les motels offrent moins de chambres, d'installations et de commodités. Pour ce qui est des services, la plupart des établissements sont classés dans la catégorie économique ou moyenne. Très peu de motels font partie de la catégorie supérieure et aucun, de la catégorie de luxe.

Pour ce qui est de leur situation, les motels se répartissent à peu près également entre la route, la banlieue et le centre-ville. Un très petit nombre seulement se trouvent près des aéroports et dans les régions rurales. Contrairement à l'hôtel, le motel tire des revenus plus élevés de ses chambres, et moins du service des repas ainsi que des boissons non alcoolisées et alcoolisées. Plus de la moitié de la clientèle des motels se composaient de Canadiens qui voyageaient par agrément, tandis qu' un tiers étaient des Canadiens en voyage d'affaires. Les clients étrangers comptaient pour moins du dixième de la clientèle des motels.

Les autres industries d'hébergement

Ce segment des services d'hébergement de voyageurs comprend six industries des services d'hébergement relativement petites, selon la définition figurant dans la *Classification type des industries*, édition 1980. Ce sont les camps et cabines pour touristes, les petits hôtels, les pensions de famille et hôtels privés, les terrains de camping et parcs à roulottes, les camps de chasse et de pêche et les autres camps de vacances. Ce groupe de services d'hébergement de voyageurs représentait de 41 % de tous les établissements, mais n'a produit qu'environ 10 % du total des revenus.

Les caractéristiques commerciales et d'exploitation de ces industries sont très différentes de celles des hôtels et des motels. La plupart des établissements sont modestes pour ce qui est du nombre de chambres (moins de 50) et ils sont situés surtout dans les régions rurales. Contrairement aux hôtels et aux motels, ils sont généralement exploités de façon autonome, car ils ne sont affiliés à aucune chaîne ni ne sont en franchise. Les services d'hébergement offerts sont généralement spécialisés dans certains domaines ou activités. Beaucoup s'intéressent de près au plein air et à tout ce qui y est associé.

L'exploitation des services d'hébergement de voyageurs dans ce segment est très saisonnière. La principale source de revenus dans ces industries est les services d'hébergement lesquels, dans le cas des camps de chasse et de pêche, peuvent comprendre d'autres services dans le forfait. Même si la majorité des clients de ces entreprises sont des Canadiens qui font des voyages personnels et d'agrément, la proportion des clients

Tableau 4

Indicateurs de performance par province, Hôtels et auberges routières enquêtés, 1993-1994

	Marge bénéficiaire	Taux d'occupation	Revenu moyen par chambre
	%		$
Canada	**-1**	**59**	**71**
Terre-Neuve	-3	57	68
Île-du-Prince-Édouard	3	52	63
Nouvelle-Écosse	-4	62	60
Nouveau Brunswick	-2	60	56
Québec	-6	55	75
Ontario	-7	58	75
Manitoba	4	59	51
Saskatchewan	–	55	50
Alberta	7	61	71
Colombie-Britannique	4	61	74
Yukon	–	59	43
Territoires du Nord-Ouest	6	57	85

– nil ou zéro
Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

[3] *Les termes «hôtels» et «industrie hôtelière» s'entendent aussi des auberges routières, c'est-à-dire qu'ils désignent toute l'industrie des hôtels et des auberges routières.*

À propos des données

Source

Les données utilisées dans le texte suivant proviennent de l'enquête sur l'hébergement des voyageurs. L'enquête sur l'hébergement de voyageurs a été remaniée pour l'année de référence 1992 : l'unité de base de l'enquête, qui était l'entité juridique, est devenue l'établissement. On a ajouté des éléments chaque année, notamment beaucoup de caractéristiques d'exploitation comme le nombre de chambres, le taux d'occupation, les installations, le système de réservations, l'information sur le marché, etc. Le remaniement de l'enquête n'affecte pas la comparabilité des données au niveau de l'agrégat puisque des ajustements ont été appliqués sur les données historiques.

Méthodologie

La stratégie de base pour la démarche méthodologique actuelle relative au programme de l'enquête pour les industries de l'hébergement est celle qui a été adoptée en 1985 pour toutes les industries des services dans la Division des services, des sciences et de la technologie. Il s'agit de se servir d'une enquête-échantillon par questionnaire direct distribué à une proportion très élevée des industries visées et de compléter ces données avec les dossiers administratifs sur la fiscalité et par l'imputation de données pour avoir une idée d'ensemble du secteur d'activité.

Depuis qu'elle a été remaniée en 1992, l'enquête s'est constamment élargie et elle comprend maintenant un ensemble d'autres caractéristiques d'exploitation et de renseignements sur le marketing visant à répondre aux besoins de plus en plus nombreux d'utilisateurs extérieurs. Nous avons accompli cet effort avec la collaboration et le soutien de la Commission canadienne du tourisme et d'associations commerciales.

Trois mille établissements d'hébergement de voyageurs, chacun ayant des revenus bruts minimaux de 250 000 $, sont échantillonnés dans chacune des populations du secteur. Nous cherchons, par cet échantillonnage, à couvrir la plus grande partie du secteur d'activité et des provinces pour ce qui est des revenus. L'enquête-échantillon actuelle est de loin la plus vaste et la plus complète pour les industries d'hébergement de voyageurs au Canada[2]. L'enquête globale par échantillonnage représente la très grande partie des activités d'hébergement de voyageurs et les résultats devraient donner une image fidèle des résultats financiers en général, des structures et des caractéristiques d'exploitation.

de voyageurs. Ils offrent habituellement toute la gamme des services à leur clientèle et une vaste gamme de commodités : restaurant, bars, salles de danse, salles de réunion ou de congrès, boutiques, piscines, installations sportives, etc. Selon la concentration géographique de leur exploitation, les hôtels ont

[2] *Dans l'enquête de 1993-1994, les réponses remplies à l'enquête représentaient 27 % de tous les établissements et 68 % des revenus totaux du secteur au Canada. L'échantillonnage par province s'échelonne d'aussi peu que 55 % au Yukon jusqu'à 95 % des revenus totaux au Nouveau-Brunswick.*

Tableau 2

Répartition en pourcentage des sources de revenus, Industries des services d'hébergement de voyageurs, 1993-1994

Revenus selon la source	Industries des services d'hébergement	Hôtels et auberges routières	Motels	Autres industries d'hébergement
		%		
Hébergement	51	48	69	67
Repas	19	21	14	8
Alcool	19	21	7	3
Marchandises	2	1	5	10
Services	4	4	2	6
Autres revenus	5	5	3	6
Total des revenus	100	100	100	100

Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef: *Monique Beyrouti*
Téléphone: (613) 951-1673

Assistante: *Carol Moskaluk*

*Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, **Info-voyages**, 3e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. **Télécopieur: (613) 951-2909.** Courrier Internet beyrmon@statcan.ca*

Prix: Canada: 12$ l'exemplaire, 40$ par année
États-Unis: 15$US l'exemplaire, 48$US par année
Autres pays: 17$US l'exemplaire, 56$US par année
Périodicité : trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

87-003-XPB au catalogue

Volume 15, Numéro 3

Info-voyages

Été 1996

Un regard sur l'enquête sur l'hébergement de voyageurs

par Sam Lee

Sam Lee est Chef de la section de l'hébergement et des services de l'alimentation, Divison des services, sciences et technologie.

Les industries des services d'hébergement de voyageurs jouent un rôle crucial pour le soutien et le développement de la santé économique du tourisme au Canada. La prospérité de ces industries est intimement liée à la croissance des activités touristiques. Ce grand groupe de l'industrie génère des revenus annuels de 9 milliards de dollars et il contribue beaucoup à l'économie nationale et à l'emploi local.

Dans cet article, nous donnerons un aperçu des résultats financiers, de l'emploi, de la clientèle et d'autres caractéristiques d'exploitation de ce groupe d'industries en analysant les données de 1993-1994 de l'enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Nous présenterons d'abord un aperçu général de l'ensemble des services d'hébergement de voyageurs au Canada en donnant un aperçu de chacun des trois segments de l'industrie (hôtels et auberges routières, motels et autres types d'établissements). Les hôtels et les auberges routières costituent le plus important segment de ce groupe de l'industrie. À l'intérieur de ce segment, l'enquête de l'hébergement des voyageurs recueille des données sur la majorité des exploitants (voir méthodologie, page 2). La seconde partie de cet article s'attarde à l'analyse, pour 1993-1994 des hôtels et auberges routières enquêtés.

Aperçu des industries de service d'hébergement de voyageurs

L'industrie des hôtels et des auberges routières

Les hôtels et les auberges routières sont depuis toujours le plus vaste segment du marché de l'hébergement de voyageurs. En 1993-1994, ce secteur d'activité a généré des revenus de près de 7 milliards de dollars, soit plus des trois quarts de tous les revenus d'hébergement. Pour ce qui est des établissements comme tels, leur nombre représentait le tiers du total. Les hôtels et les auberges routières comptent en général plus de chambres que d'autres types d'établissements d'hébergement

[1] *Enquête sur l'hébergement des voyageurs.*

Tableau 1

Nombre d'établissements et revenus totaux, Industries des services d'hébergement de voyageurs, 1993-1994

	Industrie des services d'héber-gement	Hôtels et auberges routières	Motels	Autres services d'héber-gement
Établissements (Nbre)	14 776	5 035	3 728	6 013
Répartition (%)	100	34	25	41
Revenus totaux (M $)	8 886	6 935	1 033	918
Répartition (%)	100	78	12	10

Source: Enquête sur l'hébergement des voyageurs.

Dans ce numéro...

Articles

Un regard sur l'enquête sur l'hébergement des voyageurs 1

Les revenus moyens selon la taille des villes-pivots 8

Tendances

Caractéristiques des voyages internationaux 10

Compte des voyages internationaux 12

Indice des prix des voyages 12

Annonces 13

Quoi de neuf 13

Indicateurs de voyages 14

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue no. 87-003-XPB

Government Publications

Volume 15, Number 4

Travel-log

Autumn 1996

A Booming Travel Market

by Monique Beyrouti

The number of tourists from overseas countries who spent one or more night in Canada has nearly doubled in less than 10 years, rising from 2.0 million in 1986 to 3.9 million in 1995 (Chart 1). What's more, the number of overseas visitors grew an astounding 14.5% between 1994 and 1995.

This fascination with Canada augurs well for the country's tourist industry; overseas travel receipts jumped 20.7% in a single year (1995 compared with 1994).

While overseas tourists[1] are visiting Canada more often and in unprecedented numbers, the proportion of them coming from Asia is growing rapidly.

This boom in overseas trips arises from a continuous growth of tourists from Europe along with a sharp increase originating from travel from Asian markets. The latter has surpassed even the most optimistic expectations. For example, visits to Canada by residents of Japan quadrupled between 1986 and 1995, as did travel by Hong Kong residents. Visits by residents of Taiwan increased sixfold. And it's no fluke.

We will begin this analysis by examining the development of the Asian travel market in comparison with the European travel market, which remains the most important market for Canada.

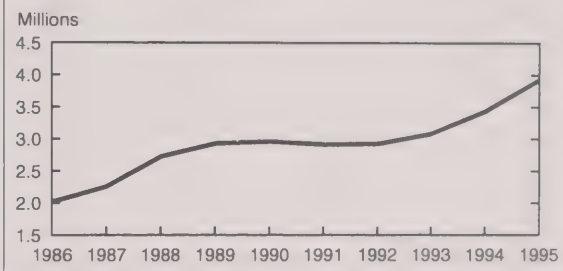
Next we will explore certain characteristics of visitors from two countries in particular: first Japan, and then, more briefly, South Korea. Finally, we will describe a few of the events that contributed to the extraordinary expansion of this market. We decided to focus on Japan because so many Japanese tourists visit Canada and spend so much money, and on South Korea because it has the highest growth rate in travel to Canada.

Travel to Canada is growing by leaps and bounds

Despite the increase in overnight travel from major European tourist markets, Europe's share of travel to Canada is declining (Table 1).

Chart 1

Trips to Canada by Overseas Residents



Source: International Travel Survey.

In This Issue...

Feature Article

A Booming Travel Market 1

Trends

Characteristics of International Travellers 8

International Travel Account 9

Travel Price Index 10

Travel Indicators 12

[1] *Throughout this article, the term tourists refers to residents of overseas countries who have stayed overnight in Canada; travellers who reside in the United States are excluded.*

SEP 11 1997
University of Toronto

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

By contrast, the percentage of trips originating in Asia has grown phenomenally. Between 1986 and 1995, it ballooned from 24.6 per cent to 32.8 per cent (Table2).

Asia is the only continent whose share of travel to Canada increased.

Over the same period, the European market's share fell from 57.6 per cent in 1986 to 53.9 per cent in 1995.

Travel originating in European countries is growing, to be sure: in 1995 it was up 9.4 per cent from the year before. But the number of trips from Asia has climbed even faster, jumping 27 per cent during the same period.

The decline in European tourism is due primarily to a decrease in the share of trips from the United Kingdom, which accounts for the largest share of European travel to Canada. Despite some fluctuations, the proportion of travel from other large European countries grew in the 10 years covered here. For example, Germany accounted for 10.7 per cent in 1995, compared with 9.9 per cent in 1986. France contributed 10.9 per cent of overseas tourists, versus 7.0 per cent in 1986.

While Britons' overnight travel to Canada is growing, the rate of growth is

Table 1

Trips to Canada from Selected Countries

	'000 trips		% Change
	1994	1995	1995/1994
Europe	**1,936**	**2,119**	**9.5**
United Kingdom	577	640	10.9
Germany	367	420	14.4
France	409	430	5.1
Asia	**1,014**	**1,288**	**27.0**
Japan	481	589	22.5
South Korea	78	112	43.6

Source : International Travel Survey.

Table 2

Share of Trips in Canada for Selected Areas of Overseas Origin

Year	1986	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Europe	**57.6**	**55.1**	**56.3**	**57.3**	**58.7**	**56.5**	**53.9**
United Kingdom	19.8	18.7	18.2	18.4	18.2	16.8	16.3
Germany	9.9	8.6	9.4	9.9	11.0	10.7	10.7
France	7.0	8.3	8.4	10.6	11.7	11.9	10.9
Asia	**24.6**	**28.9**	**28.5**	**28.0**	**27.1**	**29.6**	**32.8**
Japan	9.8	13.9	13.5	13.4	13.3	14.0	15.0
Other Asia	**14.8**	**15.1**	**15.0**	**14.5**	**13.9**	**15.5**	**17.8**

Source: International Travel Survey.

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor-in-Chief: *Monique Beyrouti*
Tel: (613-951-1673)

Assistant: *Carol Moskaluk*

*Correspondence may be addressed to the Editor-in-chief, **Travel-log**, 3rd floor, R. H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. **Fax number 1-613-951-2909.** Internet e-mail: beyrmon@statcan.ca.*

Price: Canada: $12.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$15.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00 per issue, US$56.00 annually

Periodicity : Quarterly ISSN 0713-2840

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 1996. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

insufficient to keep the United Kingdom's share unchanged. It would not be surprising to see Japan overtake the United Kingdom in a few years as the largest overseas market for travel to Canada.

The opening of Asian markets

A quarter of a century ago, the Japanese economic revolution pulled South Korea, Taiwan, Hong Kong and Singapore along in its wake, making them the first affluent Asian countries. Previously, those countries, overpopulated and poor in natural resources, were still part of the Third World.

Today they are strong economic competitors as well as important economic partners. For Canada, whose trade relations with Asia have exhibited strong growth, this has meant substantial benefits.

It is indeed good news for the tourist industry in particular, since the economic boom is spilling over into international travel.

At almost 1.3 million in 1995, the number of overnight Asian visitors to Canada was up 27 per cent over 1994. Most of them were from Japan, Hong Kong and South Korea.

During their 1995 travels, they poured $1.4 billion into the Canadian economy (Table 3). This amount is 34 per cent of the total spent in Canada by overseas travellers who stayed one or more night.

Owing to geographic proximity, and to the magnificent scenery of the Rockies, Asians are more inclined to visit western Canada than are residents of other continents. One fifth of their trips included at least one night in Alberta, and 47 per cent of them involved at least one night in British Columbia. Ontario, where nearly half of all Asian visitors spent at least one night, remains the most visited province, wher e Niagara Falls is a popular attraction for Asian travellers.

Some characteristics of Japanese travellers...

With its 589,300 visitors to Canada, Japan is the second largest overseas tourist market. In addition, of all the tourist markets that are important to Canada, Japan has the highest proportion of international travel to Canada. Of the total of 15 million overnight international trips made all over the world by Japanese people in 1995, 3.9 per cent were to Canada. This is the largest proportion since 1989, when Canada was the destination of 4.0 per cent of Japanese travellers (Table 4).

Table 3

Trip expenditures in Canada

	$ millions		% Change
	1994	1995	1995/1994
Europe	**1,830**	**2,141**	**17.0**
United Kingdom	484	566	16.9
Germany	389	498	28.0
France	412	461	11.9
Asia	**1,049**	**1,366**	**30.2**
Japan	549	661	20.4
South Korea	68	126	85.3

Source : International Travel Survey.

Table 4

Canadian Share of International Travel, Selected countries of Origin

	Japan	France	Germany	United Kingdom
1986	3.6	0.9	0.4	1.6
1987	3.7	1.0	0.5	1.6
1988	3.9	1.3	0.5	1.8
1989	4.0	1.2	0.5	1.8
1990	3.7	1.3	0.4	1.8
1991	3.7	1.8	0.4	1.7
1992	3.3	1.8	0.4	1.6
1993	3.4	2.2	0.5	1.6
1994	3.5	2.3	0.5	1.4
1995	3.9	2.6	0.6	1.5

Source : International Travel Survey.
World Tourism Organization (WTO).

Of all overseas residents visiting Canada for one or more nights, Japanese have the highest total expenditures. In 1995, they spent $661 million.

Of this total, 46 per cent was spent in British Columbia, 24 per cent in Ontario and 20 per cent in Alberta.

In 1995, Japan accounted for 15 per cent of all overseas visitors to Canada and 16 per cent of all travel receipts. Receipts from Japanese travellers, up 20.5 per cent from 1994, surpassed receipts from visitors from any other country, and exceeded receipts from British travellers by $95.8 million.

However, the Japanese do not stay long. In 1995, they spent an average of only 5.9 days in Canada, while Asian visitors stayed 8.4 days on average and European travellers spent 12.2 days. Yet a Japanese traveller spends more money per night than a German visitor and a French visitor combined.

Travel for pleasure!

The Japanese come to Canada mostly on pleasure trips. In 1995, 55 per cent of their total expenditures on travel to Canada were for pleasure trips, 25 per cent for business trips and 12 per cent for trips to visit friends or relatives.

During their visits to Canada, 45 per cent of them spent at least one night in Ontario, and 27 per cent stayed one night or more in Alberta. British Columbia continues to lead in overnight visits, as 49 per cent of all Japanese travellers to Canada stay at least one night there.

The largest percentage of Japanese travellers – one quarter of them – visited Canada in couples. When travelling for pleasure or vacation trips, the proportion was 29 per cent.

Just over 20 per cent of them travelled alone in 1995, in most cases for the purpose of visiting friends or relatives.

The Japanese travel market then and now

Thirty years ago, the Japanese people hardly travelled at all. That changed following the 1964 Olympics in Tokyo, when the Japanese government finally removed its travel restrictions and relaxed the monetary controls on international travel. That year, 128,000 Japanese people ventured outside their country. They knew next to nothing about Canada, and Vancouver was sold to tourists as a port of entry for trips to Disneyland.

The situation changed again in 1978, when the restrictions on the amount of foreign currency Japanese tourists could take out of the country were lifted. A year later, 4 million Japanese travelled outside their country.

The first decline in international travel by the Japanese occurred in 1980. It was probably due to a combination of factors, including a domestic recession, a drop in disposable income and higher international airfares. It took until 1984 for Japanese travel to Canada to return to its 1980 level.

The number of international trips taken by Japanese people started rising in 1985. An important factor in the increase was a sharp upswing in the yen's value (Chart 2), which made travel affordable. Moreover, the Japanese government's policy of encouraging its workers to spend more of their income on consumer goods and services, including travel, and to take longer vacations started to work, as Japan's sustained economic growth continued apace. In the early 1990s, however, that growth was interrupted. A crash in the stock and real estate markets led to an economic slump in the second quarter of 1992. The recession, along with the outbreak of the Gulf War, dampened Japanese interest in international travel.

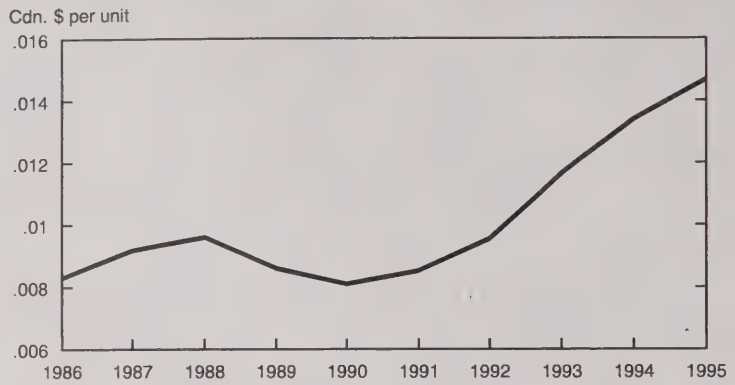
Slowly and gradually, travel began recovering in late 1993. A number of factors contributed to the recovery, and probably also helped mitigate the overall decline. First, the yen remained strong from 1991 on; except for brief interruptions, its value against the U.S. dollar has risen by an average of 5 per cent a year over the past 20 years. In addition, competition between travel agencies, which had proliferated in the late 1980s, led to a price war, which resulted in lower travel costs, particularly in early 1990.

Since the 1993 recovery, international travel by the Japanese has shown significant growth, climbing from 11.8 million that year to 15.0 million in 1995.

The rush to visit Canada was influenced by various factors. The depreciation of the Canadian dollar, along with the opening of a new international airport in Osaka in 1994, caused a surge in Japanese travel to Canada. The increase in frequency and capacity of flights has been highly beneficial; in particular, it has been easier for Japanese travellers to enter Canada directly, which they have been doing in growing numbers.

Chart 2

Japanese Yen in Canadian Dollars, 1986-1995



Source: Bank of Canada.

An attraction for nature lovers

In 1995, 61 per cent of Japanese visitors to Canada were on vacation or leisure trips (Table 5). They made most of their trips (42 per cent) between July and September. According to a detailed study of the Japanese leisure travel market funded jointly by the Canadian Tourism Commission, the U.S. Travel and Tourism Administration and the Mexican Secretaria de Turismo, the element with the greatest potential to attract future Japanese visitors to Canada remains the country's extraordinary natural beauty and wildlife. This includes its mountains, its wilderness, its many national parks and forests, its lakes and rivers, its ecological sites, and so on. The Japanese are fascinated by wide open spaces, sparse population and "nature on a grand scale". These characteristics are advantages for Canada because conservation of the natural environment is extremely important in Japan.

Other good qualities the Japanese see in Canada are the clean, unspoiled environment, the many tourist areas, and the feeling of safety.

Table 5

Trips in Canada by Major Purpose, Selected Areas, 1995

	Business convention and employment	Visiting friends or relatives	Other pleasure recreation or holiday	Other	Total
			%		
Europe	**13**	**29**	**55**	**3**	**100**
France	11	21	64	4	100
Germany	11	21	65	3	100
United Kingdom	10	36	51	3	100
Asia	**20**	**23**	**53**	**4**	**100**
Japan	23	12	61	4	100
Other Asia	**17**	**33**	**46**	**4**	**100**

Source: International Travel Survey.

As Table 6 shows, three quarters of all Japanese visitors reported sightseeing as one of the things they did while in Canada, and nearly half of them visited a national or theme park or a historic site in 1995.

However, the Japanese have very high standards for service, and some of the negative comments they make about Canada concern services in hotels, the number of hotels and the hotel reservation system, all of which they consider inadequate. These are important factors for the Japanese, since a great many of them stay in hotels. In 1995, 60 per cent of them spent at least one night in a hotel. That year, they spent 23 per cent of their total budget in Canada on accommodation and 11 per cent on food.

They also complained that special services for older travellers were lacking and that the transportation system was poor.

In 1995, Japanese travellers spent 8 per cent of their total budget on transportation within Canada.

Most experts on Japan believe that the number of Japanese travelling abroad will reach 20 million by the year 2000. This bodes well for Canada since Japanese travellers tend to spend a great deal of money. Efforts by Canadian leaders have not been in vain. Japanese investment in Canada is growing. In addition, as the Canadian Minister of International Trade pointed out during an official visit to Japan last April, Canada remains a major supplier of certain products to Japan. Four of the seven key sectors identified in *Canada's Action Plan for Japan*, including tourism, benefited from the Minister's visit.

South Korea outpaces all other major travel markets

Unprecedented numbers of South Koreans are choosing Canada as their holiday destination. Just five years ago, most South Koreans could not even get a passport.

In 1995, a record 112,000 of them stayed overnight in Canada. They left behind a total of $126.2 million, up 86 per cent from 1994. On average, they spent $171 per person per night in 1995 or $1,138 per trip.

The lion's share – 55 per cent – of the receipts from South Korean visitors went to British Columbia. Ontario came second with 29 per cent.

Table 6

Selected Activities of Japanese Travellers in Canada, 1995

	%
Shopping	75
Go sightseeing	79
Visit a zoo/museum natural display	29
Visit parks/historical site	49
Participate in sports/ outdoor activities	28

Source: International Travel Survey.
Note: The sum of individual activities will be greater than a 100% since travellers can do more than one activity during a trip.

South Korea is now the eighth largest overseas market for Canada; only a year ago, it ranked eleventh, just behind Mexico. Between 1994 and 1995, it posted a larger increase (52 per cent) in visitors to Canada than any other major travel market.

South Korean travellers spent an average of 6.6 nights in Canada. Sixteen per cent of them stayed at least one night in Alberta, and 44 per cent at least one night in British Columbia. Ontario, however, came first, attracting 54 per cent of South Korean visitors staying overnight. Quebec, the only other province visited, had 5 per cent.

Half of the trips to Canada were for pleasure and vacation, while 20 per cent were for work, meetings and business and another 20 per cent were for the purpose of visiting friends and relatives.

Ten years of travel

South Koreans have not always been permitted to travel. Between the founding of the Republic of Korea and September 1987, only residents aged 50 and over were allowed to travel outside the country. The government's reason for imposing this restriction on its people was that South Korea could not afford the luxury of using foreign exchange earnings. In July 1988, the age limit was reduced to 30. Finally, in 1989 the restriction was lifted for almost all residents.

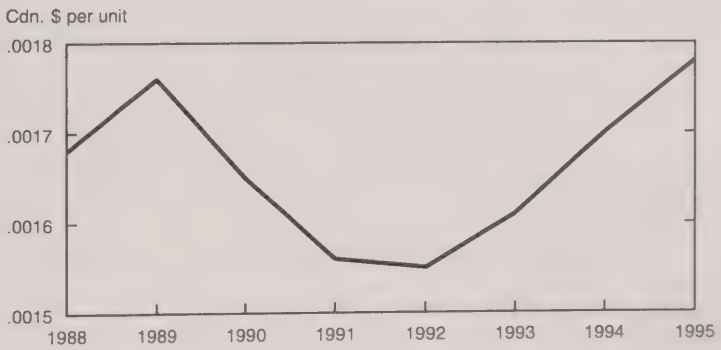
In 1986, South Korea ranked 25th in international tourism expenditures. After opening up to the rest of the world, it climbed to 13th place in 1995.

That year, South Korean residents spent US$5.9 million on international travel, up 44.5 per cent from 1994. This is the largest increase of any major source of tourists (Table 7).

In 30 years, South Korea went from one of the world's poorest countries to one of its wealthiest. The phenomenal growth of South Korea's economy over the past 10 years (it grew by 9.0 per cent in 1995), the lifting of travel restrictions and the country's strong currency (Chart 3) are a few of the reasons for South Koreans' attraction to international travel.

Chart 3

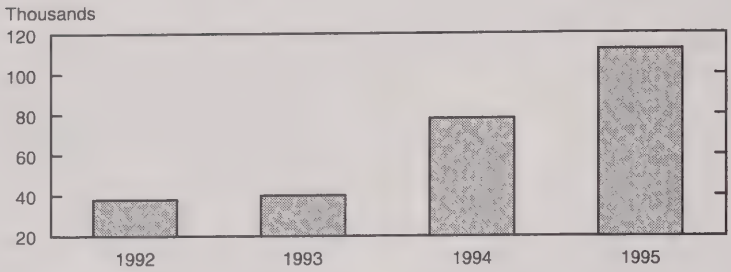
South Korean Won in Canadian Dollars, 1988-1995



Source: Bank of Canada.
Note: The Bank of Canada did not collect S. Korean data prior to 1988.

Chart 4

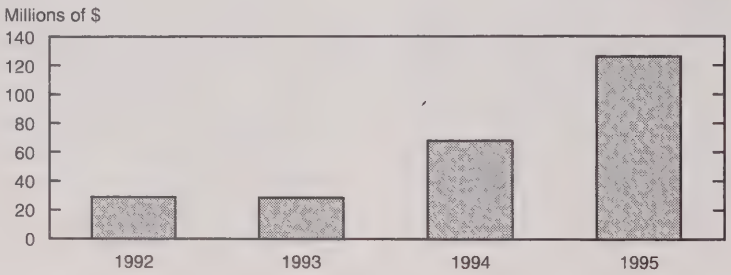
Trips in Canada by Residents of South Korea, 1992-1995



Source: International Travel Survey.

Chart 5

Trips Expenditures in Canada by South Korean Residents, 1992-1995



Source: International Travel Survey.

Canada is certainly benefiting from the emergence of this market, as it is becoming a more frequent travel destination. Between 1992 and 1995, South Koreans almost tripled their number of trips to Canada (Chart 4). The amounts they spent in Canada also increased by 338.4 per cent (Chart 5) over the same period. In 1995, South Korea accounted for 8.7 per cent of the Asian travel market, up 4 percentage points in only four years.

Canada is becoming more prominent in South Korea's economy as well; the country is now Canada's fourth largest trading partner.

Conclusion

With globalization, the proliferation of free trade agreements and the explosion of tariff barriers, Canada is facing a growing challenge. In this era of cutthroat competition, Canada must assert itself in order to carve out a niche in the travel market and attract more visitors. At present, the weakness of the Canadian dollar in relation to strong currencies such as the yen, the deutschmark and the Swiss franc is itself an incentive for tourists because it helps lower travel costs. For Canada to keep pace with the rest of the world, however, its leaders must continue their efforts to promote this country as a destination of choice. In addition, improving services and tailoring them to the needs of foreign visitors will be essential factors in attracting an ever-changing travel market.

Table 7

International Tourism Expenditures, Selected Countries, 1995

	US$ million	% change 1995/1994
Germany	48,101	16.1
United Kindgom	24,625	11.0
France	16,315	17.6
Japan	36,737	19.6
South Korea	5,919	44.8

Source: Tourism Market Trends, World Tourism Organization (WTO).
Note: Excludes transport expenditures.

Bibliography

1. CANADIAN TOURISM COMMISSION, *Japan Travel Trade Report and Tour Products Analysis*, Ottawa: Minister of Industry, June 1995.

-. *Japan Final Report,* Ottawa: Minister of Industry, 1995.

-. *Communiqué*, Ottawa: Minister of Industry, March 1996.

-. *Communiqué*, Ottawa: Minister of Industry, May 1996.

-. *Communiqué*, Ottawa: Minister of Industry, June 1996.

2. TOURISM CANADA, *Market Assessment: Japanese Pleasure Travellers, August 1988*, Ottawa: Minister of State for Small Businesses and Tourism, 1988.

3. DEPARTMENT OF FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE, "Canadian Trade Minister's Japan Visit Increases Business Interest in Canada", *Canadexport*, June 14, 1996, Ottawa: Minister of International Trade, 1996.

4. CIMON, J., "Outlook for Travel from Japan and Asia", paper presented at the Canadian Tourism Outlook Conference in Toronto, Ontario, 1988.

5. THE OTTAWA CITIZEN, "South Korea lets its young people go", Ottawa, February 4, 1989.

6. THE GLOBE AND MAIL, "Japan's economy faces greatest test", *Classroom Edition*, Toronto, April, 1994.

7. LE DEVOIR, "Modeste reprise", Montreal, September 10, 1994.

-. "L'argent est le nerf de la guerre", Montreal, January 16, 1994.

8. LA PRESSE, "Le Japon, autre pays ou autre monde?",Montreal, October 29, 1994.

-. "Au Japon, rien ne choque plus que la vantardise", Montreal, October 30, 1994

-. "Ombres et lumières de la Société japonaise sexiste", Montreal, October 31, 1994.

-. "Faut-il craindre la nouvelle puissance japonaise?", Montreal, November 2, 1994.



WRITE ALL ABOUT IT!

Do you have important information on the Canadian tourism industry that you would like to share with our readers?

Would you like to contribute an article?

If so, please contact:

Monique Beyrouti, Editor, *Travel-log*,

➤ Mail:

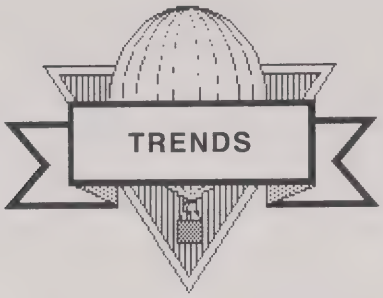
3rd floor, R.H. Coats Bldg,
Statistics Canada,
Ottawa, Ontario K1A 0T6

➤ Fax: **(613-951-2909)**

➤ Telephone **(613-951-1673)**

➤ Internet e-mail:

beyrmon@statcan.ca



Characteristics of International Travellers, First quarter of 1996

While New York state receives the most overnight visits by Canadians travelling outside the country during the course of a year (largely because of its proximity to Canada's two most populous provinces), Canadians most often head to Florida to escape winter's hardship. In the first quarter of 1996, Canadians returning from a trip abroad had made 915,000 overnight visits to the Sunshine state. It was a 17 % jump from the first quarter of last year. This compares to a 9 % increase in the number of trips to the United States by Canadians who did not visit Florida.

The increase in the number of trips to the United States which included a visit of at least one night in Florida was entirely due to a 33 % jump in air travel. In February 1995, Canada and the United States signed the Open Skies agreement, which has facilitated air travel between the two countries.

Winter stays of at least one night by Canadians in Florida peaked at 1.1 million in 1993. The weakness of the Canadian dollar compared to the American currency was one of the factors contributing to the decline in travel to Florida by Canadians in the following two years. Other factors included the reduction by several provinces of the coverage of medical expenses incurred by Canadians travelling outside the country, the increase in the cost of purchasing additional medical insurance and stricter enforcement of residency requirements to maintain medical coverage within Canada, as well as acts of violence against foreign tourists including some Canadians.

After two years of decline, the number of winter visits by Canadians staying at least one night in Florida jumped in 1996

Canadians spent 42 % of their nights in Florida while travelling in the United States during the winter of 1996. They stayed an average of 15 nights in Florida, spending $830 per visit. Overall, spending by Canadians during overnight visits to Florida amounted to $762 million, a third of the total spending by all Canadians travelling in the United States.

Canadians who chose Florida as their favourite sunspot came mainly from Ontario and Quebec. They made 572,000 and 216,000 overnight visits respectively. Residents from Western Canada looking for milder climates favoured the states of California, Nevada and Hawaii.

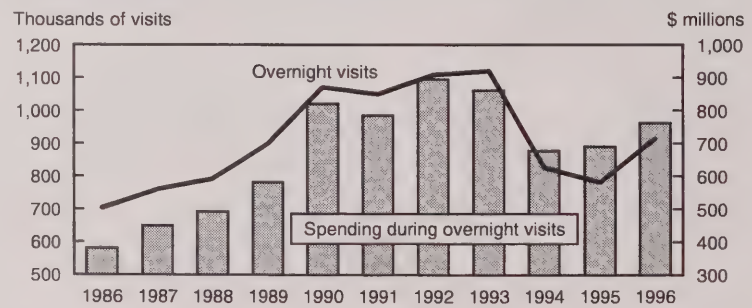
When it wasn't the Southern states, it was the states bordering Canada that welcomed Canadians most often for overnight stays. Residents of Western Canada, in particular, visited these states more frequently than the "warmer" states. However, Canadians' visits to bordering states were shorter in duration than the average visit to the Southern states (approximately three nights on average).

Top 10 American States Visited by Canadians, by Region of Residence, First Quarter of 1996

	Canada	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia and Territories
	(in thousands of overnight visits)					
State						
Florida	915	47	216	572	50	30
New York	378	8	95	269	4	3
Washington	309	-	4	8	26	271
California	281	3	14	87	92	86
Nevada	235	3	4	53	111	63
Michigan	232	-	4	221	3	5
Georgia	157	3	17	130	5	2
Hawaii	154	5	2	22	63	61
Arizona	147	1	8	33	72	34
South Carolina	142	8	45	87	2	1

- less than .5

After two years of decline, the number of winter visits by Canadians staying at least one night in Florida jumped in 1996



Note to users

Western Canada includes the provinces of Manitoba, Saskatchewan, Alberta and British Columbia as well as Yukon and the Northwest Territories.

States in the South Atlantic region of the United States are Delaware, Florida, Georgia, Maryland, North Carolina, South Carolina, Virginia, Washington, D.C. and West Virginia.

The South Central region include Alabama, Arkansas, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Oklahoma, Tennessee and Texas.

Winter in Mexico for residents of all provinces

Although Canadians' favourite sunspots in the United States varied depending on the province of residence, Mexico was a unanimous choice among vacationing Canadians. It was the overseas country most often visited by residents of all provinces during the winter of 1996.

Canadians' attraction with Mexico has grown over the years. During the first three months of 1981, they made 60,000 overnight visits there. Between the winters of 1981 and 1986, this number more than doubled; it increased by an additional 60 % between the first quarters of 1986 and 1991. Since then, the growth was more modest, from 212,000 in 1991 to a high of 246,000 in the first quarter of 1996, when Canadians spent $206 million during their overnight stays.

Canadians discovering Cuba more and more

In the last few years, Cuba has also gained in popularity. This Caribbean island received an unprecedented 139,000 visits from Canadians during the first quarter of 1996, compared to 65,000 during the first three months of 1991 and 87,000 last winter. Canadian tourists' contribution to the Cuban economy was $110 million, double the amount of the previous year.

The 60 % jump in the number of visits recorded in the first quarter of 1996 compared with 1995 can be explained partly by a slight breakthrough on the market of the Atlantic and Western provinces. Similar to Florida, and in contrast to Mexico, the main market for Cuba in Canada is concentrated in Quebec and Ontario. In the past, residents of these two provinces accounted for 90 % of Canadian visitors in winter; in the first quarter of 1996, this share stood at a little less than 80 %.

There's more to travel in winter than fun in the sun

Overall, Canadians made 4.6 million overnight trips abroad in the first quarter of 1996. While 70 % of overnight trips to the South Atlantic region of the United States and 87 % of trips to Bermuda and the Caribbean were for pleasure, recreation or holiday, many Canadians travelled to other regions of the world and for other reasons.

More than half of the trips of at least one night to the South Central region of the United States were business trips while close to 50 % of trips to the United Kingdom were to visit friends and relatives. Meanwhile, the main trip purpose of Canadians who travelled to Asia was split equally between visits to friends and relatives and pleasure, recreation or holiday, at 35 % of overnight trips each.

For further information, contact Luc Dubois (613-951-1674, fax:613-951-2909, Internet: duboluc@statcan.ca), International Travel Section.

International Travel Account

Second Quarter 1996 (preliminary)

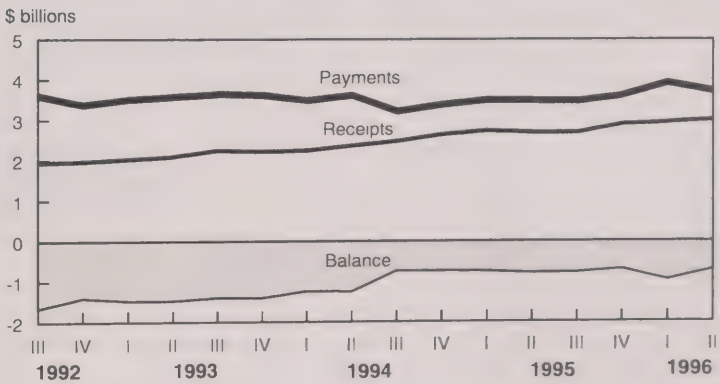
Foreign visitors spent a record $3.0 billion in Canada between April and June. Combined with a drop in spending by Canadians travelling abroad, the result was a 26.5% decline in Canada's international travel account deficit.

Spending by foreigners in the second quarter was up 2.0% from the first three months of the year. Meanwhile, Canadians reduced their spending abroad by 5.1% to $3.7 billion. Despite these record receipts and lower payments, the balance of the international travel account remained in a deficit position of $715 million.

Record receipts and lower payments contributed to the improvement in the international travel account balance

Despite its substantial decline, the deficit remained slightly higher than the most recent low of $701 million reached in the

Record receipts and lower payments contributed to the improvement in the international travel account balance



fourth quarter of 1995. However, it was considerably lower than the $1.9 billion peak registered in the fourth quarter of 1991.

Travel account with countries other than the United States showed a surplus

For the third time in the last four quarters, visitors from countries other than the United States spent more in Canada than Canadians spent in their countries. The travel account balance with countries other than the United States improved from a $23 million deficit in the first quarter to a $97 million surplus in the second. This deficit peaked at $297 million in the first quarter of 1990.

The trend in overseas residents' trips to Canada has been up since mid-1992. Trips of at least one night peaked in the second quarter of 1996. Spending by overseas visitors also reached an unprecedented high ($1.4 billion) between April and June, increasing 6.9% from the first quarter.

Note to readers

Unless otherwise specified, data used in this text are seasonally adjusted. Amounts are in Canadian dollars and are not adjusted for inflation. Receipts represent spending by foreigners travelling in Canada, including education-related spending and medical-related spending. Payments represent spending by Canadians travelling abroad, including education-related spending and medical-related spending. Overseas countries are countries other than the United States.

Overseas residents make substantially fewer trips to Canada than Americans, but they stay longer. The majority of Americans' trips to Canada are same-day trips and their overnight stays averaged only 4 nights in 1995, compared with 11 for residents of countries other than the United States.

On average, overseas residents spend considerably more each trip than our American neighbours. In 1986, overseas visitors' contribution to the Canadian economy was 26.6% of the international travel receipts; this share stood at 46.2% in the second quarter of 1996.

Meanwhile, Canadians travelled a little less to overseas countries in the second quarter than they did in the previous three months. Their spending fell 2.3% to $1.3 billion.

Improvement in the travel account deficit with the United States

Americans travelling in Canada between April and June spent $1.6 billion, slightly less than the record amount of the previous quarter (-1.8%). However, the 6.4% reduction of Canadians' spending in the United States – which totalled $2.4 billion – was greater. The net result was a 14.5% improvement in the travel account deficit with the United States, at $812 million.

Canadians' spending in the United States peaked at $2.8 billion in the fourth quarter of 1991. At that time, the Canadian dollar was worth US$0.88 and same-day car trips south of the border, often used as an indicator of cross-border shopping, had also peaked.

For further information , contact Luc Dubois (613-951-1674; fax: 613-951-2909; Internet: duboluc@statcan.ca), International Travel Section.



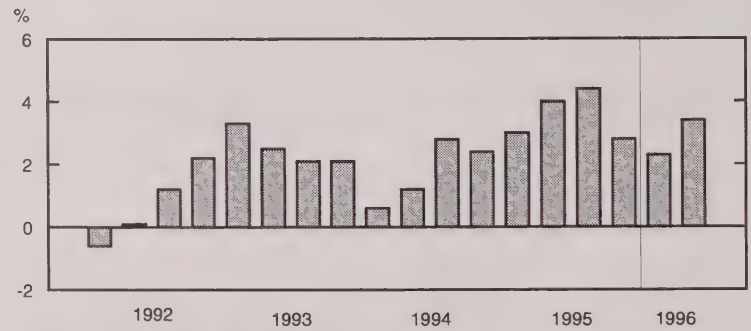
Travel Price Index, Second Quarter 1996

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used by travellers in Canada. Price movements are drawn from the derived Consumer Price Index (CPI) series.

TPI up 3.5% from the same period last year

In the second quarter 1996, consumers saw an increase of 3.5% in the prices of goods and services included in the Travel Price Index, compared to the same quarter last year. Driving this increase was a rise

Travel Price Index, Percentage Change from Preceding Year



Source: Travel, Tourism and Recreation Section.

of 9.9% in the cost of inter-city transportation and 7.7% in local and commuter transportation. The cost of using automotive vehicles also rose. In fact, in the second quarter 1996 it cost travellers more for all goods and services used in travel within Canada except for clothing and shoes and photographic services and supplies. The prices of clothing and shoes fell 1.6% in June after declining 0.5% in April and 0.4% in May.

In comparison, the CPI rose 1.4% in the second quarter of 1996 from the same quarter last year.

TPI up 2.9% from last quarter

After declining for two consecutive quarters, the Travel Price Index rose 2.9% in the second quarter of 1996 from the previous quarter. During the second quarter of 1996, travellers had to pay 6.2% more for accommodation. Although especially strong for this period of the year, the 8.1% increase in accommodation prices registered in May reflects summer rates coming into effect.

Consumers also spent 4.9% more for inter-city transportation and 3.7% more for the use of automotive vehicles.

Consumers benefitted from slight reductions in the cost of leasing automotive vehicles as well as in the costs of clothing and shoes.

During the second quarter of 1996, the cost of all goods and services included in the Consumer Price Index was up 0.7% from the previous quarter. (See Travel Indicators, page 12)

The Travel Price Index Technical Report is available from the Travel, Tourism and Recreation Section at (613) 951-1673.

The Travel Price Index (TPI) and its Components,
(not seasonally adjusted, 1986 = 100)

Components of the TPI[1]	2nd Quarter 1996	% Change 1st Quarter 1996	% Change 2nd Quarter 1995
Inter-city transportation	159.4	4.9	9.9
Local and commuter transportation	171.0	1.6	7.7
Rental and leasing of automotive vehicles	133.7	-0.4	3.3
Operation of automotive vehicles	147.2	3.7	3.2
Traveller accommodation	131.8	6.2	2.0
Food	128.2	1.1	0.8
Alcoholic beverages	146.9	0.6	2.2
Clothing and footwear	131.0	-0.3	-0.8
Medicinal and pharmaceutical products	153.4	0.9	0.7
Personal care	131.1	0.0	-0.1
Photographic equipment	111.8	0.6	2.3
Photographic services and supplies	116.6	-1.3	-0.5
Reading materials and other printed matter	169.6	1.7	4.9
Tobacco products and smoker's supplies	143.3	0.7	1.3
Travel Price Index (TPI)	**144.7**	**2.9**	**3.5**
Consumer Price Index (CPI)	**135.5**	**0.7**	**1.4**

[1] *The following TPI components are not published by the Division: Admission to entertainment; Use of recreational vehicles; Records, compact discs and pre-recorded audio magnetic tapes; Use of recreational sports and health facilities.*

Source: Prices Division; The Consumer Price Index, Cat. No. 62-001XPB.



	Second Quarter		% Change
	1995	1996	
VISITORS TO CANADA (000s)			
From United States	9,678	10,127	4.6
Overnight visits	3,467	3,512	1.3
- By auto	2,294	2,192	-4.5
From Overseas	1,135	1,317	16.1
Overnight visits	1,040	1,213	16.6
Top Seven Countries:			
United Kingdom	173	196	13.3
Japan	149	171	15.2
France	115	124	7.8
Germany	109	120	10.1
Hong Kong	42	58	39.8
South Korea	28	45	62.4
Australia	36	43	18.3
CANADIANS OUTSIDE CANADA (000s)			
To United States	13,356	13,640	2.1
Overnight visits	3,591	3,730	3.9
- By auto	2,374	2,331	-1.8
To Overseas	781	791	1.3
INDUSTRY			
Airline passengers (Level I) (000s)	5,276	5,856	11.0
Airline passenger-km (Level I) (000,000s)	12,505	14,294	14.3
PRICES 1986 = 100 (not s.a.)			
Travel Price Index	139.9	144.7	3.4
Consumer Price Index	133.6	135.5	1.4
- Restaurant meals	141.7	144.0	1.6
- Inter-city transportation	145.1	159.4	9.9
- Renting and leasing of automotive vehicles	129.5	133.7	3.2
- Gasoline	127.4	133.0	4.4
ECONOMIC			
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.) (000,000s)	540,600	547,942	1.4
- Amusement and recreation (000,000s)	5,123	5,360	4.6
- Accommodation and food services (000,000s)	11,990	11,789	-1.7
Personal disposable income per capita (s.a.)	17,224	17,261	0.2
LABOUR (000s)			
Labour force (s.a.)	14,913	15,113	1.3
Unemployed	1,421	1,450	2.0
Employed	13,493	13,663	1.3
- Accommodation and food services (not s.a.)	857	906	5.7
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)			
American Dollar	1.3713	1.3645	-0.5
British Pound	2.1901	2.0800	-5.0
Japanese Yen	0.0163	0.0127	-21.9
German Mark	0.9825	0.8967	-8.7
French Franc	0.2792	0.2646	-5.2

(s.a.) seasonally adjusted.



	Deuxième trimestre		Variation en %
	1995	1996	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	9 678	10 127	4,6
Visites d'une nuit ou plus	3 467	3 512	1,3
- Par auto	2 294	2 192	-4,5
Des pays d'outre-mer	1 135	1 317	16,1
Visites d'une nuit ou plus	1 040	1 213	16,6
Les sept pays les plus populaires:			
Royaume-Uni	173	196	13,3
Japon	149	171	15,2
France	115	124	7,8
Allemagne	109	120	10,1
Hong Kong	42	58	39,8
Corée du sud	28	45	62,4
Australie	36	43	18,3
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis	13 356	13 640	2,1
Visites d'une nuit ou plus	3 591	3 730	3,9
- Par auto	2 374	2 331	-1,8
Outre-mer	781	791	1,3
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	5 276	5 856	11,0
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	12 505	14 294	14,3
PRIX 1986 = 100 (non dés.)			
Indice des prix des voyages	139,9	144,7	3,4
Indice des prix à la consommation	133,6	135,5	1,4
- Aliments achetés au restaurant	141,7	144,0	1,6
- Transport interurbain	145,1	159,4	9,9
- Location de véhicules automobiles	129,5	133,7	3,2
- Essence	127,4	133,0	4,4
ÉCONOMIQUE			
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	540 600	547 942	1,4
- Divertissements et loisirs (en millions)	5 123	5 360	4,6
- Hébergement et restauration (en millions)	11 990	11 789	-1,7
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 224	17 261	0,2
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	14 913	15 113	1,3
Chômeurs	1 421	1 450	2,0
Personnes occupées	13 493	13 663	1,3
- Hébergement et restauration (non dés.)	857	906	5,7
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,3713	1,3645	-0,5
Livre sterling	2,1901	2,0800	-5,0
Yen du Japon	0,0163	0,0127	-21,9
Mark de l'Allemagne	0,9825	0,8967	-8,7
Franc de France	0,2792	0,2646	-5,2

(dés.) désaisonnalisées.

de 3,5 % des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix de voyages, comparativement au même trimestre de l'année dernière. Cette hausse a été dominée par des majorations de 9,9 % dans les coûts de transports interurbains et de 7,7 % dans les coûts de transport local et de banlieue. On remarque aussi une progression du coût de l'utilisation de véhicules automobiles. En fait, il en coûtait plus aux voyageurs au second trimestre de 1996 pour tous les biens et services utilisés lors de voyages au Canada à l'exception de l'habillement et chaussures ainsi que les fournitures et services photographiques. Les prix de l'habillement et des chaussures ont fléchi de 1,6 % en juin après avoir enregistré des baisses de 0,5 % en avril et de 0, 4 % en mai.

À titre comparatif, l'IPC a avancé de 1,4 % au second trimestre de 1996 par rapport au même trimestre de l'année dernière.

L'IPV avance de 2,9 % par rapport au trimestre précédent

Suivant deux trimestres consécutifs de repli, l'Indice des prix des voyages a augmenté de 2,9 % au second trimestre de 1996 par rapport au trimestre précédent. Au cours du second trimestre de 1996, les voyageurs ont dû payer 6,2% de plus pour leurs frais d'hébergement. Quoique particulièrement forte pour cette période de l'année, la majoration de 8,1 % des prix de l'hébergement, enregistrée en mai, reflète l'entrée en vigueur des tarifs d'été.

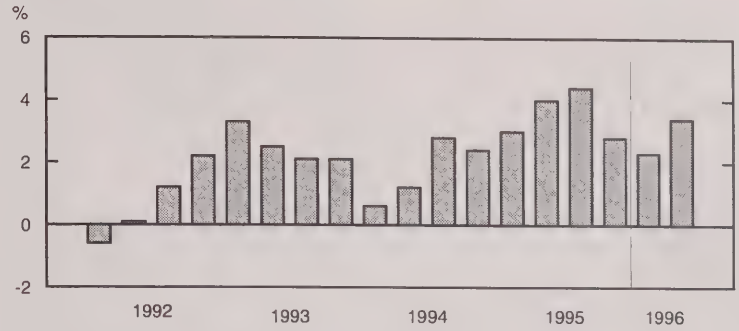
Par ailleurs, les consommateurs ont déboursé 4,9 % de plus pour les transports interurbains et 3,7 % de plus pour l'utilisation de véhicules automobiles.

Les consommateurs ont profité de légères réductions dans les coûts de location de véhicules automobiles ainsi que ceux de l'habillement et chaussures.

Au cours du second trimestre de 1996, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation était en hausse de 0,7% comparativement au trimestre précédent. (voir Indicateurs de voyages à la page 12).

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant à la Section des voyages, du tourisme et des loisirs, au (613) 951-1673.

Variation en pourcentage de l'Indice des prix des voyages par rapport à l'année précédente



Source : Section des voyages, du tourisme et des loisirs.

L'indice des prix des voyages et ses composantes
(non désaisonnalisée, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV[1]	2e trimestre 1996	Variation en % 1er trimestre 1996	Variation en % 2e trimestre 1995
Transport interurbain	159,4	4,9	9,9
Transport local et de banlieue	171,0	1,6	7,7
Location de véhicules automobiles	133,7	-0,4	3,3
Utilisation de véhicules automobiles	147,2	3,7	3,2
Hébergement de voyageurs	131,8	6,2	2,0
Aliments	128,2	1,1	0,8
Boissons alcoolisées	146,9	0,6	2,2
Habillement et chaussures	131,0	-0,3	-0,8
Médicaments et produits pharmaceutiques	153,4	0,9	0,7
Soins personnels	131,1	0,0	-0,1
Matériel photographiques	111,8	0,6	2,3
Fournitures et services photographiques	116,6	-1,3	-0,5
Matériel de lecture et autres imprimés	169,6	1,7	4,9
Produits du tabac et articles pour fumeurs	143,3	0,7	1,3
Indice des prix des voyages	**144,7**	**2,9**	**3,5**
Indice des prix à la consommation	**135,5**	**0,7**	**1,4**

[1] *Les composantes de l'IPV qui suivent ne sont pas publiées par la Division des prix: Droits d'entrées aux spectacles; Utilisation de véhicules de loisirs,; Disques, disques audionumériques et bandes magnétiques audio pré-enregistrées; Droits pour usage unique d'installation de loisirs, de sport et de santé.*

Source: Division des prix; L'Indice des prix à la consommation, no 62-001-XPB au catalogue.

1995. Il était par contre considérablement moins élevé que le sommet de 1,9 milliard de dollars enregistré au quatrième trimestre de 1991.

Surplus au compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis

Pour la troisième fois au cours des quatre derniers trimestres, les visiteurs de pays autres que les États-Unis ont dépensé plus au Canada que ne l'ont fait les Canadiens dans ces pays. Le solde du compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis s'est amélioré, passant d'un déficit de 23 millions de dollars au premier trimestre à un surplus de 97 millions au deuxième. Le déficit avait culminé au premier trimestre de 1990, alors qu'il s'établissait à 297 millions de dollars.

La tendance dans les voyages au Canada des résidents d'outre-mer est à la hausse depuis le milieu de 1992. Leurs voyages d'au moins une nuit ont atteint un sommet au cours du deuxième trimestre de 1996. Leurs dépenses se sont aussi établies à un niveau sans précédent (1,4 milliard de dollars) entre les mois d'avril et de juin. Il s'agit d'une augmentation de 6,9 % comparativement au premier trimestre.

Les résidents de pays d'outre-mer effectuent beaucoup moins de voyages au Canada que les Américains, mais ils demeurent plus longtemps. La majorité des voyages des Américains au Canada sont de même jour et leurs voyages d'au moins une nuit avait une durée moyenne de seulement 4 nuits en 1995, comparativement à 11 pour les résidents de pays autres que les États-Unis.

Les résidents d'outre-mer dépensent en moyenne beaucoup plus par voyage au Canada que ne le font nos voisins américains. En 1986, l'apport des visiteurs d'outre-mer à l'économie canadienne représentait 26,6 % des recettes de voyages internationaux; au deuxième trimestre de 1996, cette proportion s'établissait à 46,2 %.

Au deuxième trimestre, les Canadiens ont voyagé un peu moins vers des pays d'outre-mer qu'ils ne l'avaient fait au cours des trois mois précédents. Leurs dépenses ont diminué de 2,3 % et se sont chiffrées à 1,3 milliard de dollars.

Amélioration du déficit du compte des voyages avec les États-Unis

Les Américains voyageant au Canada entre les mois d'avril et de juin ont déboursé 1,6 milliard de dollars. Ce montant était légèrement inférieur à la somme record dépensée au cours du trimestre précédent (-1,8 %). Par contre, la réduction de 6,4 % des dépenses des Canadiens aux États-Unis, lesquelles ont totalisées 2,4 milliards de dollars, a été plus importante. Le résultat net a été une amélioration de 14,5 % du déficit du compte des voyages du Canada avec les États-Unis, qui s'est chiffré à 812 millions de dollars.

Les dépenses des Canadiens aux États-Unis ont atteint un sommet de 2,8 milliards de dollars au quatrième trimestre de 1991. À cette époque, le dollar canadien valait 0,88 $ US et les voyages de même jour en automobile au sud de la frontière, souvent utilisés comme un indicateur du magasinage transfrontalier, avaient aussi culminé.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Luc Dubois au (613) 951-1674, Section des voyages internationaux. Télécopieur: (613) 951-2909. Internet: duboluc@statcan.ca.



DITES-LE NOUS!

Avez-vous de l'information importante sur l'industrie canadienne du tourisme que vous désirez partager avec nos lecteurs?

Aimeriez-vous publier un article?

Communiquez avec nous par :

➤ courrier:

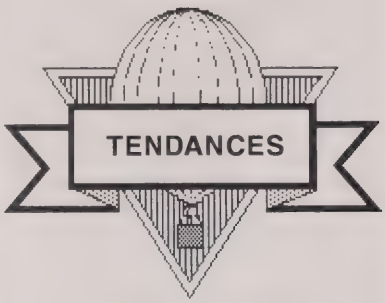
Monique Beyrouti, Éditrice,
Info-voyages,
3e étage, Édifice R.H. Coats,
Statistique Canada,
Ottawa, Ontario K1A 0T6

➤ télécopieur: **(613) 951-2909**

➤ téléphone: **(613) 951-1673**

➤ courrier Internet:

beyrmon@statcan.ca



Indice des prix des voyages,

Second trimestre de 1996

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

L'IPV progresse de 3,5 % par rapport à la même période de l'année dernière

Au second trimestre de 1996, les consommateurs ont connu une majoration

Lorsque les Canadiens ne visitaient pas les états du sud, les états limitrophes au Canada ont accueilli le plus souvent des Canadiens pour des séjours d'au moins une nuit. Les résidents de l'ouest du pays en particulier ont visité ces états plus fréquemment que les états plus chauds. Par contre, la durée des séjours des Canadiens dans les états limitrophes a été beaucoup moins longue (environ trois nuitées en moyenne) que celle des séjours dans les états du sud.

L'hiver au Mexique pour les résidents de toutes les provinces

Si les destinations-soleil préférées des Canadiens aux États-Unis variaient selon la province de résidence, le Mexique a par contre fait l'unanimité auprès des vacanciers canadiens; il s'agit du pays d'outre-mer le plus visité par les résidents de toutes les provinces au cours de l'hiver de 1996.

Son attrait auprès des Canadiens a grandi au fil des ans. Lors des trois premiers mois de 1981, ils y ont effectué 60 000 visites d'au moins une nuit. Entre les hivers de 1981 et de 1986, le nombre de ces visites avait plus que doublé; il a augmenté de 60 % de plus entre le premier trimestre de 1986 et celui de 1991. Depuis, la croissance a été plus modeste, passant de 212 000 en 1991 à un sommet de 246 000 au cours du premier trimestre de 1996, alors que les Canadiens ont dépensé 206 millions de dollars pendant leurs séjours d'une nuit ou plus.

Les Canadiens découvrent Cuba de plus en plus

Au cours des dernières années, Cuba a aussi gagné en popularité. Cette île des Caraïbes a reçu un nombre sans précédent de 139 000 visites de résidents canadiens pour une nuit ou plus au premier trimestre de 1996, comparativement à 65 000 pendant les trois premiers mois de 1991 et à 87 000 l'hiver dernier. L'apport des touristes canadiens à l'économie cubaine a été de 110 millions de dollars, soit le double de ce qu'il avait été l'an dernier. Le bond de 60 % du nombre de visites enregistrées au premier trimestre de 1996 par rapport à celui de 1995 s'explique en partie par une légère percée sur le marché des provinces de l'Atlantique et de l'Ouest. Un peu comme la Floride, et contrairement au Mexique, le marché principal de Cuba au Canada est concentré au Québec et en Ontario. Dans le passé, les résidents de ces deux provinces représentaient 90 % des visiteurs canadiens en hiver; au premier trimestre de 1996, cette proportion s'établissait à un peu moins de 80 %.

Les voyages en hiver, pas seulement pour s'amuser au soleil

Au total, les Canadiens ont effectué 4,6 millions de voyages d'une nuit ou plus à l'étranger au cours du premier trimestre de 1996. Bien que 70 % des voyages d'au moins une nuit dans la région de l'Atlantique-Sud des États-Unis et que 87 % des voyages aux Bermudes et aux Caraïbes avaient comme raison principale les vacances, les loisirs et l'agrément, plusieurs Canadiens ont voyagé vers d'autres régions du monde et pour d'autres motifs.

Plus de la moitié des voyages d'au moins une nuit vers le Centre-Sud des États-Unis étaient des voyages d'affaires, alors que près de 50 % des voyages au Royaume-Uni étaient pour visiter des parents et des amis. Par ailleurs, le but de voyage principal des Canadiens qui ont voyagé en Asie était partagé également entre les visites aux parents et amis et les vacances, les loisirs et l'agrément, à une proportion d'environ 35 % chacun des voyages d'une nuit ou plus.

Compte des voyages internationaux

Deuxième trimestre de 1996 (données provisoires)

Les dépenses records de 3,0 milliards de dollars des visiteurs étrangers au Canada entre les mois d'avril et de juin, combinées à la baisse des dépenses des Canadiens voyageant à l'extérieur du pays, ont résulté en une diminution de 26,5 % du déficit du compte des voyages internationaux du Canada.

Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données mentionnées dans le présent texte sont désaisonnalisées.

Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas corrigés pour tenir compte de l'inflation. Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant sur le territoire canadien, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales. Les dépenses représentent les dépenses des Canadiens voyageant sur un territoire étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

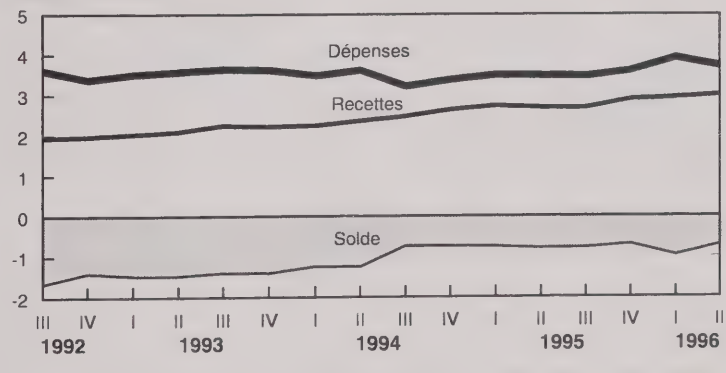
Les pays d'outre-mer sont les pays autres que les États-Unis.

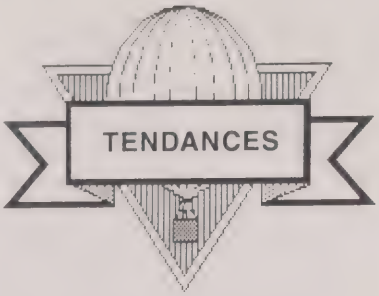
Les dépenses des étrangers au cours du deuxième trimestre étaient en hausse de 2,0 % comparativement aux trois premiers mois de l'année. Par ailleurs, les Canadiens ont réduit de 5,1 % leurs dépenses à l'étranger; elles se sont chiffrées à 3,7 milliards de dollars. Malgré les recettes inégalées et la diminution des paiements, le solde du compte des voyages internationaux du Canada était toujours déficitaire, à 715 millions de dollars.

Des recettes records et des paiements moins élevés ont contribué à l'amélioration du solde du compte des voyages internationaux

Malgré cette chute importante, le niveau du déficit demeurait légèrement supérieur au plus récent creux de 701 millions de dollars, atteint au quatrième trimestre de

Des recettes records et des paiements moins élevés ont contribué à l'amélioration du solde du compte des voyages internationaux





Caractéristiques des voyageurs internationaux

Premier trimestre de 1996

Bien que l'état de New York reçoive le plus de visites d'au moins une nuit des Canadiens voyageant à l'extérieur du pays au cours d'une année (surtout en raison de sa proximité des deux provinces les plus populeuses), c'est en Floride que ceux-ci se dirigent le plus souvent pour échapper aux rigueurs de l'hiver. Au premier trimestre de 1996, les Canadiens revenant d'un voyage à l'étranger avaient effectué 915 000 visites d'une nuit ou plus en Floride. Il s'agit d'un bond de 17 % par rapport au premier trimestre de l'année dernière. Cela se compare à une hausse de 9 % du nombre de voyages aux États-Unis des Canadiens qui n'ont pas visité la Floride.

L'augmentation du nombre de voyages aux États-Unis qui incluaient une visite d'au moins une nuit en Floride est causée uniquement par un bond de 33 % des voyages en avion. En février 1995, le Canada et les États-Unis ont signé l'accord Ciel ouvert, qui a facilité les voyages par avion entre les deux pays.

Les 10 états américains les plus visités par les Canadiens, par région de résidence, premier trimestre de 1996

	Canada	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique et Territoires
	(en milliers de visites d'une nuit ou plus)					
État						
Floride	915	47	216	572	50	30
New York	378	8	95	269	4	3
Washington	309	-	4	8	26	271
Californie	281	3	14	87	92	86
Nevada	235	3	4	53	111	63
Michigan	232	-	4	221	3	5
Georgie	157	3	17	130	5	2
Hawaï	154	5	2	22	63	61
Arizona	147	1	8	33	72	34
Caroline du Sud	142	8	45	87	2	1

- moins de 0,5

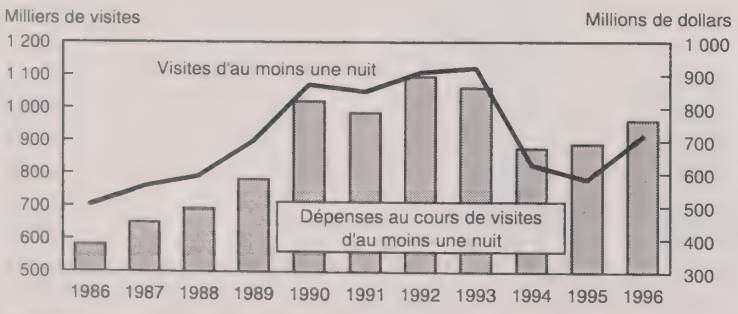
Les séjours hivernaux d'au moins une nuit des Canadiens en Floride ont culminé en 1993, à 1,1 million. La faiblesse du dollar canadien par rapport à la devise américaine a été un des facteurs contribuant aux baisses du nombre de visites des Canadiens en Floride enregistrées au cours des deux années suivantes. Parmi les autres facteurs, on note la réduction par plusieurs provinces de la couverture des frais médicaux engagés par les Canadiens séjournant à l'extérieur du pays, l'augmentation subséquente du coût d'achat d'une protection supplémentaire et une application plus rigoureuse des critères de résidence pour le maintien de la couverture médicale au Canada ainsi que pour les actes de violence perpétrés contre des touristes étrangers (y compris des Canadiens).

Après deux années de recul, le nombre de visites hivernales des Canadiens séjournant au moins une nuit en Floride a bondi en 1996

Les Canadiens ont passé 42 % de leurs nuitées en Floride pendant leurs voyages aux États-Unis au cours de l'hiver de 1996. Ils y sont demeurés en moyenne plus de 15 nuitées, dépensant 830 $ par visite. Au total, les Canadiens ont dépensé 762 millions de dollars lors de leurs visites d'une nuit ou plus en Floride, le tiers du montant total dépensé par tous les Canadiens voyageant aux États-Unis.

Ce sont principalement des Ontariens et des Québécois qui ont privilégié la Floride comme destination-soleil. Ils y ont fait 572 000 et 216 000 visites d'au moins une nuit respectivement. Les résidents de l'Ouest canadien à la recherche d'un climat plus clément ont quant à eux favorisé les états de la Californie, du Nevada et de Hawaii.

Après deux années de recul, le nombre de visites hivernales des Canadiens séjournant au moins une nuit en Floride a bondi en 1996



Note aux lecteurs

L'Ouest canadien comprend le Manitoba, la Saskatchewan, l'Alberta et la Colombie-Britannique ainsi que le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

Les états de la région de l'Atlantique-Sud des États-Unis sont la Caroline du Nord, la Caroline du Sud, le Delaware, la Floride, la Géorgie, le Maryland, la Virginie, la Virginie-Occidentale et Washington (D.C.).

Les états du Centre-Sud comprennent l'Alabama, l'Arkansas, le Kentucky, la Louisiane, le Mississippi, l'Oklahoma, le Tennessee et le Texas.

Conclusion

Face à la mondialisation, à la croissance des accords de libre-échange et à l'explosion des barrières tarifaires, le Canada fait face à un défi grandissant. On vit dans une ère de forte concurrence où le Canada doit s'imposer pour continuer à se tailler une place et s'accaparer de plus en plus de voyageurs. Pour le moment, le faiblesse du dollar canadien par rapport à de fortes monnaies, tels le yen, le deutschmark ou le franc suisse est en soi un motivateur pour le touriste puisqu'il contribue à diminuer les coûts des voyages. Cependant, pour que le Canada reste dans la course, il est primordial pour les intervenants de poursuivre les efforts en vue de promouvoir le Canada comme destination de choix. De plus, l'amélioration ou l'adaptation des services en fonction des besoins des étrangers qui visitent le Canada est un critère essentiel à la future attraction de marchés qui changent et évoluent.

Bibliographie

1. COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Japon - Rapport sur l'industrie touristique*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, juin 1995.

-. *Japan Final Report,* Ottawa: Ministre de l'Industrie, 1995.

-. *Communiqué*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, mars 1996.

-. *Communiqué*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, mai 1996.

-. *Communiqué*, Ottawa: Ministre de l'Industrie, juin 1996.

2. TOURISME CANADA, *Évaluation des voyages d'agrément des Japonais, août 1988*, Ottawa: Ministre d'État, Petites entreprises et Tourisme, 1988.

3. MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL, "La visite du Ministre canadien au japon attise l'intérêt envers le Canada" dans *Canadexport,* le 17 juin 1996, Ottawa.

4. CIMON, J., "Outlook for Travel from Japan and Asia", Communication présentée à la Conférence de Canadian Tourism Outlook à Toronto, Ontario, 1988.

5. THE OTTAWA CITIZEN, "South Korea lets its young people go", Ottawa, le 4 février 1989.

6. THE GLOBE AND MAIL, "Japan's economy faces greatest test", *Classroom Edition*, Toronto, avril, 1994.

7. LE DEVOIR, "Modeste reprise", Montréal, le 10 septembre 1994.

-. "L'argent est le nerf de la guerre", Montréal, le 16 janvier 1994.

8. "LA PRESSE, ALe Japon, autre pays ou autre monde?", Montréal, le 29 octobre 1994.

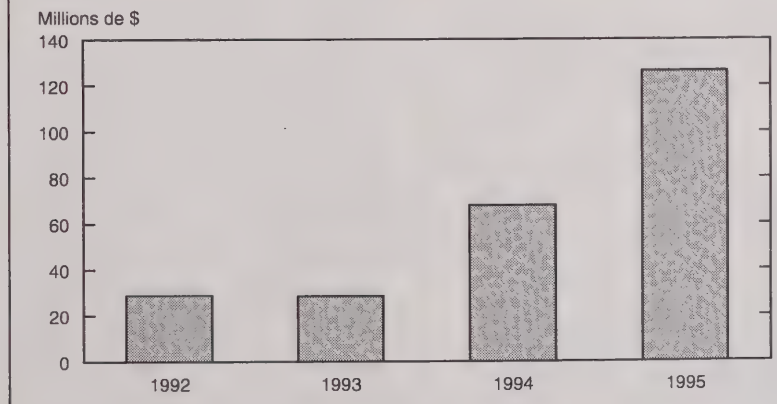
-. "Au Japon, rien ne choque plus que la vantardise", Montréal, le 30 octobre 1994

-. "Ombres et lumières de la Société japonaise sexiste", Montréal, le 31 october 1994.

-. "Faut-il craindre la nouvelle puissance japonaise", Montréal, le 2 novembre 1994.

Graphique 5

Dépenses de voyages au Canada des résidents de la Corée du sud, 1992-1995



Source : Enquête sur les voyages internationaux.

principalement pour la visite de parents et/ou d'amis.

Une décennie de voyages

Ce n'est pas depuis toujours que les Coréens du sud peuvent voyager. En fait, depuis le début de la République de Corée du sud jusqu'en septembre 1987, seuls les résidents âgés de plus de 50 ans pouvaient voyager à l'extérieur du pays. Le gouvernement avait imposé ces restrictions aux Coréens du sud car selon lui, le pays ne pouvait se payer le luxe d'utiliser les gains de change étranger. Ces restrictions ont été cependant atténuées en juillet 1988 alors qu'il fallait être âgé d'au moins 30 ans pour voyager à l'extérieur de la Corée du sud. Éventuellement, en 1989, les restrictions en vertu de l'âge ont été éliminé, à quelques exceptions près.

En 1986, ce pays se classait au 25ième rang en ce a trait aux dépenses internationales de tourisme. L'ouverture au reste du monde lui a permi de grimper au 13ième rang en 1995.

Cette année-là, les résidents de la Corée du sud avaient dépensé 5,9 $US millions un peu partout dans le monde, en hausse de 44,8 p. cent comparativement à 1994. Il s'agit de la plus forte croissance comparativement aux principaux pays fournisseurs de touristes (tableau 7).

En trente ans, la Corée du sud a émergé d'un des pays les plus pauvres à un des pays les plus riches au monde. L'explosion de l'économie de la Corée du sud (dont la croissance a atteint 9,0 p. cent en 1995) depuis une décennie, combiné à la déréglementation des voyages de ses résidents et de sa forte monnaie (graphique 3), sont quelques-uns des facteurs expliquant l'engouement de ses résidents pour les voyages internationaux.

Il ne fait aucun doute que le Canada profite de ce marché entre autres, comme destination croissante de voyages. De 1992 à 1995, les voyageurs de la Corée du sud ont presque triplé leurs voyages au Canada (graphique 4). Et en ce qui a trait aux sommes laissées derrière eux, elles ont augmenté de 338,4 p. cent (graphique 5) durant cette période. Et en 1995, les voyages en provenance de ce pays représentaient 8,7 p. cent du marché asiatique soit une hausse de 4 points de pourcentage comparativement à seulement quatre ans plus tôt.

La présence économique du Canada se fait de plus en plus sentir dans ce pays qui est devenu le quatrième plus important partenaire commercial pour le Canada.

Tableau 7

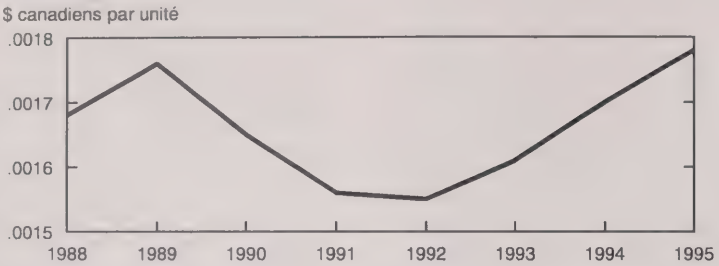
Dépenses de certains pays en voyages internationaux, 1995

	millions US $	variation en % 1995/1994
Allemagne	48 101	16,1
Royaume-Uni	24 625	11,0
France	16 315	17,6
Japon	36 737	19,6
Corée du sud	5 919	44,8

Source : Tourism Market Trends, Organisation mondiale de tourisme (OMT).
Note: Exclue les dépenses de transport.

Graphique 3

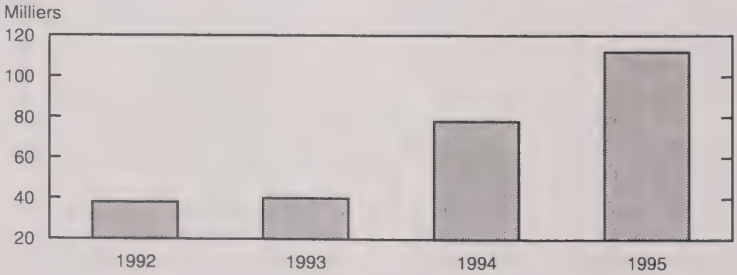
Le won de la Corée du sud exprimé en dollars canadiens, 1988-1995



Source : Banque du Canada.
Note : Les données sur la Corée du sud n'étaient pas recueillies par la Banque du Canada avant 1988.

Graphique 4

Voyages au Canada des résidents de la Corée du sud, 1992-1995



Source : Enquête sur les voyages internationaux.

D'ailleurs, à part de brèves interruptions, il a augmenté en moyenne de cinq p. cent par année depuis les 20 dernières années, contre le dollar américain. De plus, la compétition entre les agences de voyages, dont le nombre avait proliféré vers la fin des années '80, a résulté en des baisses de prix, particulièrement au début de 1990, en raison de la guerre de prix entreprise entre les commerces de voyages.

Depuis leurs reprises en 1993, les voyages, à travers le monde entier, des Japonais ont connu une importante croissance, passant de 11,8 millions cette année-là, à 15,0 millions en 1995.

Une série de facteurs ont contribué à l'affluence vers le Canada. La baisse du dollar canadien combinée à l'ouverture en 1994 du nouvel aéroport international d'Osaka ont permi une forte augmentation des voyages des Japonais au Canada depuis 1994. L'augmentation de la fréquence et de la capacité des vols a été trés bénéfique, ayant entre autres choses, facilité les entrées directes vers le Canada qui ne cessent d'augmenter.

Des grands amateurs de nature

En 1995, 61 p. cent des voyageurs japonais venaient au Canada pour des motifs de vacances et loisirs (tableau 5). C'est surtout entre les mois de juillet et septembre qu'ils effectuaient le plus grand nombre de ces voyages, soit 42 p. cent.

Une étude exhaustive du marché des voyages de loisirs des Japonais, financée conjointement par la Commission canadienne du tourisme, par la U.S. Travel and Tourism Administration et par le Secretaria de Turismo (Mexico) révèle que le facteur ayant le plus de potentiel d'attirer de futurs visiteurs Japonais au Canada, demeure l'exceptionnelle beauté de la nature et de la faune. Ceci inclue les régions montagneuses, la nature sauvage, les nombreux parcs nationaux et forêts, les lacs et rivières, sites écologiques, etc. Le Japonais est très attiré par les grands espaces ouverts, la faible densité de la population et la "nature sur grande échelle".

La préservation de l'environnement de la vie sauvage sont de grande importance au Japon. C'est pourquoi, ces caractéristiques demeurent les points forts du Canada. Parmi les autres qualités que les Japonais attribuent au Canada, on retrouve la propreté et la qualité de l'environnement, les nombreuses aires de tourisme ainsi que la perception de sécurité.

Le tableau 6 indique que 79% des Japonais ont déclaré les visites de circuits touristiques comme une des activités qu'ils ont effectué lors de leurs séjours au Canada et près de la moitié ont visité un parc national/thématique et/ou un site historique en 1995.

Tableau 6

Certaines activités effectuées par les Japonais en voyage au Canada, 1995

	%
Magasinage	75
Voir des curiosités	79
Visite de zoo/musée/ attraction naturelle	29
Visites de parcs/ site historique	49
Participation sportives/ activités extérieures	28

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Note : Comme les voyageurs peuvent effectuer plus d'une activité lors d'un séjour, le total des activités est supérieur à 100%.

Cependant, comme les Japonais ont des standards de services très élevés, les réserves qu'ils émettent envers le Canada concernent entre autres, les services dans les hôtels, leur nombre ainsi que le système de réservation d'hôtel, qu'ils jugent inadéquats. Ce sont des critères importants pour les japonais puisqu'ils fréquentent les hôtels en grand nombre. En effet, 60 p. cent de ces voyageurs ont passé au moins une nuit dans un hôtel en 1995. Durant la même année, ils ont consacré 23 p. cent de leur budget total au Canada en hébergement et 11 p. cent en alimentation.

Parmi les points négatifs rapportés, ils considèrent qu'il y a un manque de services spéciaux pour les voyageurs plus âgés et que le système de transport est mauvais.

En 1995, les Japonais ont affecté 8 p. cent de leurs dépenses totales au pays au chapitre des dépenses de transport à l'intérieur du Canada.

La plupart des experts au Japon prévoit que le nombre de voyageurs Japonais internationaux atteindra 20 millions d'ici l'an 2000. Le potentiel pour le Canada est grand, compte tenu surtout de leur forte propension à dépenser. Les efforts des intervenants canadiens ne sont pas vains. En effet, les Japonais investissent de plus en plus au Canada. De même, comme le soulignait le ministre canadien du Commerce international, lors de sa visite ministérielle au Japon en avril dernier, le Canada continue d'être un important fournisseur de certains produits au Japon. Par ailleurs, quatre des sept secteurs clés, parmi lesquels on retrouve le tourisme, du *Plan d'action du Canada pour le Japon* ont pu bénéficié de cette visite.

La croissance du nombre de voyageurs de la Corée du sud surpasse celle de tous nos plus importants marchés

Un nombre record de voyageurs de la Corée du sud choisisse le Canada pour leur destination de vacances. Il y a à peine cinq ans, la plupart des Coréens du sud ne pouvaient même pas obtenir de passeport.

En 1995, ils étaient 112 000 à débarquer au Canada pour une visite d'une nuit ou plus, soit un record pour les visiteurs en provenance de ce pays. Ils ont laissé derrière, 126,2 $ millions, en hausse de 86 p. cent sur 1994. En moyenne, durant leurs voyages au Canada en 1995, les Coréens du sud ont dépensé chacun 171$ par nuit ou 1 138 $ par voyage.

C'est la Colombie-Britannique qui a reçu la plus grosse part des recettes en provenance de ces voyageurs, soit 55 p. cent. L'Ontario suit, avec 29 p. cent des recettes.

La Corée du sud représente maintenant le huitième plus important marché outre-mer pour le Canada, alors qu'il y a seulement un an, elle se situait au onzième rang, derrière le Mexique. La croissance de 52,0 p. cent des voyageurs de la Corée du sud en 1995 par rapport à 1994, s'est révélée la plus importante, dépassant celle de tous les autres marchés principaux.

Leurs visites au Canada se concluent, en moyenne, au bout de 6,6 nuits. Seize p. cent d'entre eux auront passé au moins une nuit en Alberta et 44 p. cent auront passé au moins une nuit en Colombie-Britannique. L'Ontario est la province qui a cependant reçu le plus de visites d'une nuit et plus, attirant 54 p. cent des Coréens du sud qui ont voyagé au Canada en 1995. La seule autre province visitée, soit le Québec, n'a retenu que 5 p. cent de ces voyageurs pour au moins une nuit.

Le loisirs et les vacances justifiaient la moitié de leurs visites au Canada, comparativement au cinquième pour le travail, les réunions et les affaires et finalement, un autre cinquième effectué

Des voyages pour le plaisir!

Les Japonais viennent au Canada surtout pour des motifs de loisirs. Lors de leurs séjours au Canada, ils auront consacré, en 1995, 55 p. cent de leurs dépenses totales lors de voyages de loisirs, comparativement à 25 p. cent et à 12 p. cent lors de voyages d'affaires et de visite à des parents ou amis, respectivement.

Lors d'un voyage au Canada, 45 p. cent d'entre eux ont passé au moins une nuit en Ontario et 27 p. cent ont passé au moins une nuit en Alberta. La Colombie-Britannique demeure la province qui reçoit le plus de visites d'une nuit et plus, soit 49 p. cent des Japonais qui ont voyagé au Canada.

La plus forte proportion des voyageurs japonais, soit le quart, ont visité le Canada en couple. Lorsqu'il s'agit de voyages de loisirs ou vacances, cette proportion s'élève à 29 p. cent.

Un peu plus du cinquième ont voyagé seul en 1995, la proportion la plus forte étant lors de voyages principalement pour la visite d'amis ou de parents.

Évolution du marché japonais

Il y a trente ans, les japonais voyagaient à peine. Tout commence à la suite des jeux olympiques de Tokyo en 1964, alors que le gouvernement Japonais éliminait finalement les restrictions relatives aux voyages et adoucissait les restrictions monétaires imposées sur les voyages internationaux. Cette année-là, 128 000 Japonais allaient s'aventurer à l'extérieur de leur pays. Le Canada leur est alors à peu près inconnu et Vancouver est vendue aux touristes comme porte d'entrée pour Disneyland.

La situation évolue et à partir de 1978, c'est au tour des restrictions sur la quantité de monnaie étrangère que les touristes Japonais pouvaient sortir du pays à être supprimés. Un an plus tard, 4 millions de Japonais avaient voyagé à l'extérieur de leur pays.

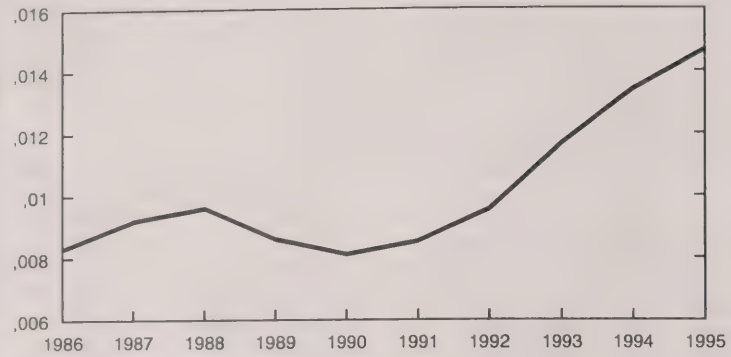
L'année 1980 a marqué la première baisse des voyages internationaux des Japonais. Une combinaison de facteurs, entre autres la récession intérieure, la baisse du revenu disponible et la hausse des tarifs aériens internationaux, auront causé cette baisse. Il faudra attendre jusqu'en 1984, pour que le nombre de Japonais voyageant au Canada reprenne son niveau de 1980.

Dès 1985 cependant, le nombre de voyages internationaux effectué par les Japonais est en hausse. La forte appréciation de la valeur du yen (graphique 2) a été un important facteur dans cette augmentation puisqu'elle rendait le coût des voyages abordable. En outre, la politique du gouvernement japonais visant à encourager ses travailleurs à consacrer une plus grande partie de leurs revenus à l'achat de biens de consommation, dont les voyages, et à prendre de plus longues vacances, a porté fruit, la croissance économique soutenue du Japon ne cessant alors de progresser. Cependant, en début des années 1990, on assiste à une interruption de la forte croissance économique du Japon. L'éclatement sur les marchés boursier et immobilier provoque une crise économique vers le second trimestre de 1992. Combinée à la Guerre du Golfe qui survint alors, cette crise économique s'est reflétée dans les voyages internationaux des Japonais.

De peine et de misère, une reprise des voyages s'effectuera malgré tout, vers la fin de l'année 1993. Les facteurs suivants auront contribué à cette reprise et probablement aussi à amoindrir la baisse totale de leur voyages. D'abord, le yen a continué a se renforcir dès 1991.

Graphique 2

Le yen japonais exprimé en dollars canadiens, 1986-1995



Source : Banque du Canada.

Tableau 5

Voyages au Canada par principal but, certaines régions, 1995

	Affaires congrès emplois	Visites d'amis ou de parents	Agrément loisirs vacances	Autres	Total
			%		
Europe	**13**	**29**	**55**	**3**	**100**
France	11	21	64	4	100
Allemagne	11	21	65	3	100
Royaume-Uni	10	36	51	3	100
Asie	**20**	**23**	**53**	**4**	**100**
Japon	23	12	61	4	100
Autres Asie	**17**	**33**	**46**	**4**	**100**

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

provenance des autres pays importants d'Europe a tout de même connu une croissance en une décennie. Ainsi, les voyages des Allemands se situait à 10,7 p. cent en 1995 contre 9,9 p. cent en 1986. Quant aux Français, ils comptaient pour 10,9 p. cent des touristes provenant d'outre-mer comparativement à 7,0 p. cent en 1986.

Si les voyages d'une nuit ou plus effectués par les Anglais au Canada augmentent, le calibre comparatif de leur croissance ne suffit plus à maintenir leur part.

Il ne serait pas surprenant que dans quelques années, le Japon surpasse le Royaume-Uni pour s'accaparer le rang du plus important marché d'outre-mer au Canada.

Ouverture des marchés asiatiques

Il y a un quart de siècle, la révolution économique japonaise entraînait avec elle la Corée du sud, Taiwan, Singapour et Hong Kong qui ont été les premiers pays asiatiques à s'enrichir. Jusqu'alors, sans ressources naturelles et surpeuplés, ces pays faisaient encore partie du Tiers-Monde.

Aujourd'hui, ces pays sont devenus de forts concurrents et aussi d'importants partenaires économiques. Pour le Canada, dont les échanges commerciaux avec l'Asie enregistrent une vigoureuse croissance, les avantages sont de taille.

Certes, ceci est une excellente nouvelle pour l'industrie touristique entre autres, puisque cet essor transparait aussi de plus en plus dans les voyages internationaux.

Avec près de 1,3 million de voyages d'une nuit ou plus au Canada en 1995, le nombre de visiteurs en provenance du continent asiatique a grimpé de 27 p. cent par rapport à 1994. Pour la plupart, ils proviennent du Japon, de Hong Kong et de la Corée du sud.

Durant leurs voyages en 1995, ils ont injecté 1,4 milliard $ (tableau 3) dans l'économie canadienne. Cette somme représente 34 p. cent des sommes totales dépensées au Canada lors de voyages d'une nuit ou plus en provenance d'outre-mer.

Proximité géographique oblige, mais aussi en raison du fantastique spectacle qu'offre les Rocheuses, les Asiatiques sont plus enclins à visiter l'Ouest canadien que les résidents des autres continents. Le cinquième de leurs voyages comprenait au moins une nuit en Alberta et 47 p. cent incluait au moins une nuit en Colombie-Britannique. L'Ontario, où près de la moitié des voyages des Asiatiques incluait au moins une nuit, demeure la province la plus visitée, où les chutes Niagara représentent entre autres, une attraction prisée pour ces voyageurs.

Tableau 3

Dépenses de voyages au Canada

	millions $		variation en %
	1994	1995	1995/1994
Europe	**1 830**	**2 141**	**17,0**
Royaume-Uni	484	566	16,9
Allemagne	389	498	28,0
France	412	461	11,9
Asie	**1 049**	**1 366**	**30,2**
Japon	549	661	20,4
Corée du sud	68	126	85,3

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 4

Part des voyages internationaux destinés au Canada, par principaux pays d'origine

	Japon	France	Allemagne	Royaume-Uni
1986	3,6	0,9	0,4	1,6
1987	3,7	1,0	0,5	1,6
1988	3,9	1,3	0,5	1,8
1989	4,0	1,2	0,5	1,8
1990	3,7	1,3	0,4	1,8
1991	3,7	1,8	0,4	1,7
1992	3,3	1,8	0,4	1,6
1993	3,4	2,2	0,5	1,6
1994	3,5	2,3	0,5	1,4
1995	3,9	2,6	0,6	1,5

Source : Enquête sur les voyages internationaux.
Organisation mondiale de tourisme (OMT).

Quelques caractéristiques des voyageurs Japonais...

Avec ses 589 300 voyageurs au Canada, le Japon représente le second marché touristique d'outre-mer en importance. Aussi, de tous les marchés touristiques importants pour le Canada, le Japon est celui qui consacre la plus forte proportion de ses voyages internationaux au Canada. Du total de 15 millions de voyages d'une nuit et plus qu'ils ont effectué un peu partout dans le monde durant l'année 1995, les Japonais en ont consacré 3,9 p. cent au Canada. Ceci représente la plus importante proportion depuis 1989, année où 4,0 p. cent des voyages internationaux des Japonais avaient été destinés au Canada (tableau 4).

Les dépenses totales des voyageurs japonais en voyage d'une nuit ou plus au Canada sont les plus importantes de toutes. En 1995, elles s'élevaient à 661 $ millions. Réparties par province, la Colombie-Britannique a recu 46 p. cent de ce montant, l'Ontario 24 p. cent et l'Alberta , 20 p. cent.

En 1995, le Japon a fourni au Canada près de 15 p. cent de ses touristes provenant d'outre-mer et 16 p. cent des recettes de voyages. Les recettes des voyageurs japonais, en hausse de 20,4 p. cent par rapport à 1994, surpassent d'ailleurs celles de n'importe quel autre pays et représentent même 95,8$ millions de plus que les recettes en provenance des voyageurs anglais.

Pourtant, la durée de séjour moyenne du Japonais au Canada est brève. En fait, elle est la plus courte comparativement à celle de tous les autres touristes. Il n'aura séjourné en moyenne que 5,9 jours au Canada en 1995, comparativement à une moyenne de 8,4 jours pour le visiteur provenant du continent asiatique ou encore à 12,2 jours pour le voyageur européen. Il aura cependant dépensé plus par nuit que les sommes réunies d'un voyageur allemand et d'un voyageur Français.

Forte effervescence des voyages en destination du Canada

En dépit de la croissance des voyages d'une nuit ou plus provenant des principaux marchés touristiques d'Europe (tableau 1), la part des voyages au Canada occupée par le marché européen est en baisse.

En revanche, la croissance du pourcentage des voyages provenant du continent asiatique est phénoménale. En fait, comme l'indique le tableau 2, elle est telle que sa part du marché des voyages d'outre-mer se situait, en 1995, à 32,8 p. cent comparativement à 24,6 p. cent en 1986.

L'Asie est d'ailleurs le seul continent ayant augmenté sa part dans les voyages vers le Canada.

Durant la même période, la part du marché européen est passée de 57,6 en 1986 à 53,9 p. cent en 1995.

Les voyages originant des pays d'Europe augmentent certes: en 1995, ils étaient en hausse de 9,5 p. cent par rapport à l'année dernière. Mais les voyages en provenance d'Asie grimpent encore plus, soit de 27 p. cent durant la même période. Le déclin de la part des voyages provenant du Royaume-Uni, d'où le Canada recoit le principal contingent de touristes européens, est principalement responsable de cette baisse. En effet, malgré certaines fluctuations, la part en

Tableau 1

Voyages au Canada en provenance de certains pays

	'000 de voyages		variation en %
	1994	1995	1995/1994
Europe	**1 936**	**2 119**	**9,5**
Royaume-Uni	577	640	10,9
Allemagne	367	420	14,4
France	409	430	5,1
Asie	**1 014**	**1 288**	**27,0**
Japon	481	589	22,5
Corée du sud	78	112	43,6

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Tableau 2

Part de voyages au Canada selon certaines régions d'outre-mer

Année	1986	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Europe	**57,6**	**55,1**	**56,3**	**57,3**	**58,7**	**56,5**	**53,9**
Royaume-Uni	19,8	18,7	18,2	18,4	18,2	16,8	16,3
Allemagne	9,9	8,6	9,4	9,9	11,0	10,7	10,7
France	7,0	8,3	8,4	10,6	11,7	11,9	10,9
Asie	**24,6**	**28,9**	**28,5**	**28,0**	**27,1**	**29,6**	**32,8**
Japon	9,8	13,9	13,5	13,4	13,3	14,0	15,0
Autres pays d'Asie	**14,8**	**15,1**	**15,0**	**14,5**	**13,9**	**15,5**	**17,8**

Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef: *Monique Beyrouti*
Téléphone: (613) 951-1673

Assistante: *Carol Moskaluk*

*Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, **Info-voyages**, 3e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. **Télécopieur: (613) 951-2909.** Courrier Internet beyrmon@statcan.ca*

Prix: Canada: 12$ l'exemplaire, 40$ par année
États-Unis: 15$US l'exemplaire, 48$US par année
Autres pays: 17$US l'exemplaire, 56$US par année
Périodicité : trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

N° 87-003-XPB au catalogue

Volume 15, Numéro 4

Info-voyages

Automne 1996

Un marché de voyages en pleine explosion

par Monique Beyrouti

De 1986 à 1995, les voyages d'une nuit ou plus des touristes provenant des pays d'outre-mer vers le Canada ont pratiquement doublé: ils sont passés de 2,0 millions à 3,9 millions (graphique 1). En 1995, le Canada bénéficiait d'une hausse spectaculaire de 14,5 p. cent de ces voyages par rapport à l'année précédente.

Certes, cet engouement vers le Canada est un excellent signe pour son industrie touristique qui a vu ses recettes de voyages en provenance de ces pays, augmenter de 20,7 p. cent en un an seulement, soit de 1994 à 1995.

Si ces touristes[1] viennent de plus en plus au Canada et que leur nombre a atteint un sommet inégalé, la part qu'accapare le marché des touristes asiatiques augmente à grande vitesse.

Cette forte effervescence des voyages d'outre-mer provient d'une croissance continue des voyageurs arrivant d'Europe jumelée à une hausse spectaculaire en provenance des marchés de l'Asie, dont les attentes les plus optimistes ont été dépassées. Ainsi, en 1995, les visites au Canada des résidents du Japon ainsi que celles des résidents de Hong Kong ont chacune quadruplé par rapport à une dizaine d'années plus tôt. Celles des résidents de Taiwan ont sextuplé. Et ceci n'est pas l'effet du hasard.

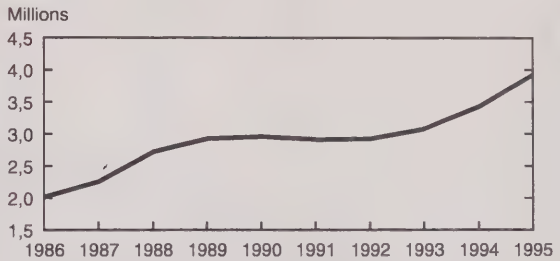
En première partie de l'analyse qui suit, nous situons l'évolution générale du marché des voyageurs asiatiques par rapport au marché des voyageurs européens, qui demeure tout de même le plus important pour le Canada.

Dans un second temps, nous examinons certaines caractéristiques des voyageurs en provenance du Japon d'abord, puis plus brièvement de la Corée du sud, avant de relater quelques-uns des évènements qui ont contribué à l'essor de ces voyages. Nous avons choisi d'examiner le Japon, en raison de ses importants contingent touristique et dépenses et la Corée du sud, dû au fait que ce pays enregistre la plus forte croissance des voyages au Canada.

[1] *Tout au long de ce texte, les touristes dont il est question sont des résidents d'outre-mer ayant effectué une visite d'au moins une nuit au Canada et ils excluent les voyageurs résidents des États-Unis.*

Graphique 1

Voyages au Canada des résidents provenant de pays d'outre-mer



Source : Enquête sur les voyages internationaux.

Dans ce numéro...

Article

Un marché de voyages en pleine explosion 1

Tendances

Caractéristiques des voyages internationaux 8

Compte des voyages internationaux 9

Indice des prix des voyages 10

Indicateurs de voyages 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue no. 87-003-XPB

Volume 16, Number 1

Government Publications

Travel-log

Winter 1997

National Tourism Indicators: A New Tool for Analysing Tourism in Canada

by Lise Beaulieu-Caron

For some years, tourism industry stakeholders have expressed the need to develop a credible instrument for measuring tourism in Canada for purposes of analysis, planning, promotion and management.

There are two main obstacles to doing so. One obstacle to doing so is the fact that tourism focuses on the activities of visitors[1] rather than any intrinsic characteristic of the commodities they buy. Of course, not all commodities purchased by visitors come from the "tourism industry". Many of them are provided by businesses that are not part of the "tourism industry". For example, food bought by visitors in grocery stores are part of "other commodities" (Chart 1). The second obstacle, not all customers of the "tourism industry" businesses are visitors. For example, restaurants serve both local customers and visitors. To estimate how much tourism contributes to the Canadian economy, we need to determine the percentage of total production actually purchased by visitors.

As a first step toward meeting this need, consultations were held with tourism data users and experts in both Canada and other countries. Resulting from these consultations, Statistics Canada in 1994 issued the first **Tourism Satellite Account** (TSA), covering 1988[2]. An important feature of the TSA is that it can be used to make comparisons with other industries in Canada. However, because of the complexity of the very detailed accounting framework required, the TSA cannot be updated more often than once every few years. Data for a second reference year, this time 1992, are scheduled for release in 1997, along with revised data for 1988. To meet a requirement for more detailed and more recent data, the **National Tourism Indicators** were developed on the basis of the TSA.

[1] *The term visitor includes tourists and same-day visitors.*

[2] *National Accounts and Environment Division, **The Tourism Satellite Account**, Technical series No. 31.*

Employment Generated by Tourism in 1995

		'000's of Employed Persons	Percent Change from 1994
Total 378	Transportation	80	0.2
	Accommodation	131	0.7
	Food and Beverage	136	4.0
	Other Tourism Industries	31	-0.4

Source: National Accounts and Environment Division, National Tourism Indicators, Quarterly Estimates, Cat. No. 13-009-XPB.

In This Issue...

Feature Article

National Tourism Indicators: A New Tool for Analysing Tourism in Canada 1

Trends

Travel Between Canada and Other Countries 7

International Travel Account 8

Travel Price Index 10

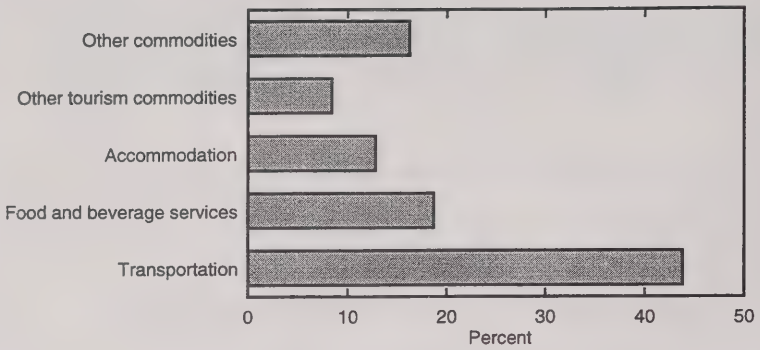
National Tourism Indicators 11

Travel Indicators 12

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Chart 1
Distribution of Total Tourism Demand in Canada



Source: National Accounts and Environment Division, The Tourism Satellite Account for 1988, Technical series No. 31.

The purpose of this article is to inform **Travel-log** readers of the availability of a new analytical tool - the National Tourism Indicators. These estimates, which measure trends in tourism in Canada, are placed in perspective here, taking into account the concepts and definitions used in developing them.

National Tourism Indicators

Although the TSA succeeded in measuring the importance of tourism in Canada in 1988, it cannot supply very timely data because of its methodology. To remedy that situation, Statistics Canada, with financial support from the Canadian Tourism Commission, developed a new set of time series. This new set of estimates, known as the **National Tourism Indicators (NTIs),** was first published in late June 1996[3]. Using the TSA as its starting point, this pioneering effort produced quarterly and annual estimates from 1986 to the present. The NTIs estimate the following TSA components for each quarter:

- domestic supply of tourism commodities;
- demand by Canadian and non-resident visitors to Canada for these tourism commodities produced in Canada;
- tourism industry employment generated by tourism.

By showing trends in the principal components of tourism supply, demand and employment, the NTIs provide an enhanced capability to track quarterly and annual changes in tourism in Canada. The estimates are available 2.5 months after the reference period.

Basic concepts

Tourism

The definition of tourism used is the one adopted by the World Tourism Organization and the United Nations Statistical Commission is: "the activities of persons travelling and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year

[3] *For more information about the NTIs, see the following publications:*
***Guide to the National Tourism Indicators: Sources and Methods**, Catalogue No. 13-594-GPE.*
***National Tourism Indicators, Quarterly Estimates**, Catalogue No. 13-009-XPB.*
***National Tourism Indicators, Historical Estimates**, 1986 to 1995, Catalogue No. 13-220-XPB.*

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor-in-Chief: ***Monique Beyrouti***
Tel: (613-951-1673)

Assistant: *Carol Moskaluk*
Composition: *Francine Simoneau*
Chart Design: *Rosemarie Andrews*
Printing: *Statistics Canada Printing Centre*

Correspondence may be addressed to the Editor-in-chief, ***Travel-log**, 3rd floor, R. H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Fax number 1-613-951-2909. Internet e-mail: beyrmon@statcan.ca.***

Price: Canada: $12.00 per issue, $40.00 annually
United States: US$15.00 per issue, US$48.00 annually
Other Countries: US$17.00 per issue, US$56.00 annually

Periodicity : Quarterly ISSN 0713-2840

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 1996. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

The Tourism Satellite Account

The Tourism Satellite Account (TSA) is a structured information system that allows the statistics describing all the measurable aspects of tourism to be collected, classified and linked. An example of what would be included are the expenses incurred when a tourist rents a hotel room for the night. As far as possible, the measures conform to Canadian System of National Accounts estimates. The TSA follows the guidelines set forth in the "Proposal for Setting Up A Satellite Account and An Information System on Tourism" presented at the International Conference on Travel and Tourism Statistics in June, 1991, and later adopted by the World Tourism Organization[4].

The Tourism Satellite Account provides a measurement of the economic demand for, and production of, tourism commodities. For the first time, the information contained in this account makes it possible to evaluate the direct contribution of tourism expenses to Canada's Gross Domestic Product (GDP). As the official measure of the country's economy, the GDP takes into account the money value of everything that is produced in Canada during a specified period. In 1988, through commodities provided directly to tourists and same-day visitors, tourism represented 3.0% of all the business sector activity in Canada. That same year, this contribution was greater than that of primary industries such as agriculture (2.6%) and logging (0.8%), and compared favourably to an advanced sector such as communications (3.3%). Moreover, the TSA now allows the number of jobs depending on tourism to be quantified.

Initially, the role of the TSA was to facilitate comparison with other Canadian industries. However, due to the complexity of the highly detailed accounting framework this requires, the TSA can only be updated every few years. A second reference year, focusing on 1992, should be published in 1997 along with a revision of the first exercise focused on 1988. While waiting for the update, it is important to remember that the results of the first TSA are still preliminary and should be used with caution.

for leisure, business and other purposes"[4]. In Canada, this definition generally includes Canadians travelling in Canada 80 kilometres or more from their residence, Canadians travelling outside the country, and non-residents travelling in Canada.

The definition also covers personal trips to visit relatives or friends and travel for the purpose of obtaining health care, for example. People who engage in such activities are deemed to be tourists if they spend at least one night in the location they visit; otherwise, they are considered same-day visitors. However, not all travel constitutes tourism. According to the above definition, commuting and travel for the purpose of studying or working in a new location do not constitute tourism. Also excluded are migrants, diplomats and members of the Armed Forces on assignment.

Tourism Commodities

Tourism commodities are commodities for which a significant portion of the total demand in Canada comes from visitors, or whose unavailability would discourage people from visiting (e.g. parking and urban public transportation). The tourism commodities in question are aggregated as follows in order to produce an overall estimate:

1. Transportation (passenger air transportation, passenger rail transportation, intercity bus transportation, vehicle rental, vehicle repairs and parts, vehicle fuel, passenger transportation by water, urban public transportation, taxis, parking);

2. Accommodation (hotel and motel accommodation and all other types of accommodation services consisting of tourist cabins, camping grounds and trailer parks, outfitters and other vacation camps);

3. Food and beverage services (meals served by accommodation services, meals served by food and beverage services, alcoholic beverages served by accommodation services, alcoholic beverages served by food and beverage services);

4. Other tourism commodities (recreation and entertainment, travel agency services, conference fees).

Non-tourism Commodities

Visitors purchase not only tourism commodities such as passenger air transportation and accommodation, but also non-tourism commodities, such as clothing and groceries. Purchases of non-tourism commodities were taken into account in the TSA. Although they are presently excluded, these estimates are included in development plans for the NTIs.

Tourism Industries

An industry consists of all businesses engaged in the production of similar goods or services (e.g. hotels, restaurants, airlines). The NTIs focus on industries that are the primary producers of tourism commodities. Moreover, tourism industries are industries that, without tourism, would cease to exist **or** would continue to exist at a substantially reduced level of activity. These industries make up the "tourism industry".

Travel agency services meet the first criterion, as they depend on tourism demand for their existence. The food and beverage services industry also satisfies the first criterion, but it would continue to exist, at a lower level of activity, without tourism demand.

Non-tourism Industries

An industry is considered a non-tourism industry if it produces few tourism commodities or if the commodities it produces are unlikely to be sold to visitors.

Thus, retail stores are an example of a non-tourism industry, even though visitor purchases may be an important part of the economy in some areas. This component of the TSA has not yet been incorporated into the NTIs, but it is in the development plans. The steel-making industry is another example of a non-tourism industry, since it does not sell its products to visitors.

---

[4] *United Nations and World Tourism Organization, **Recommendations on Tourism Statistics**, New York, 1994.*

Domestic Supply

Domestic supply of tourism commodities is defined as the total production of those specific commodities in Canada. It is calculated using revenue reported in surveys of the industries concerned. Local or non-tourism consumption (e.g. meals eaten in restaurants by local customers) is included in the domestic supply of food services. Hence, domestic supply is always greater than tourism demand.

Imports are not included. For example, the sale of a ticket by a foreign airline to a Canadian resident is excluded from the supply of passenger air transportation services. In addition, domestic supply in the NTIs does not encompass non-tourism commodities purchased in Canada by visitors. Such purchases, which include groceries, store-bought alcohol, clothing, souvenirs, pretravel expenses and other commodities, are covered in the TSA. This component of the TSA is part of the development plans for the NTIs.

Also, supply is calculated at market prices and therefore includes taxes such as the Goods and Services Tax. The supply series are expressed in millions of current dollars and constant dollars (at 1986 prices). Finally, the measure is harmonized with the estimates produced by the Canadian System of National Accounts.

Tourism Demand

Tourism demand consists of the principal tourism commodities produced in Canada and bought by visitors before, during and after travel. Tourism demand in Canada includes two categories of expenditures: those by Canadians travelling in Canada and in the Canadian portion of their trips to other countries (tourism domestic demand), as well as expenditures by non-residents travelling in Canada (tourism exports).

Domestic demand covers a Canadian resident's purchase not only of a ticket on a Canadian air carrier flight from Ottawa to Calgary, for example, but also of a ticket for a flight outside Canada on a Canadian-owned international air carrier. Commodities purchased in Canada for trips outside Canada, such as travel agency services, are also part of domestic demand. Conversely, tourism exports also include expenditures that may occur outside Canada, such as the purchase of a ticket for a flight to Canada on a Canadian-owned international air carrier.

The NTIs do not include a measure of commodities purchased in other countries by Canadian travellers. This component of the TSA is part of the development plans for the NTIs.

The annual estimates of total tourism demand in Canada are based on TSA supply/demand ratios for each tourism commodity. These ratios correspond to the visitor-related portion of receipts for each tourism commodity (Table 1). The ratios and the estimates derived from them will be modified when the TSA is updated.

An annual estimate of domestic demand (i.e. demand by Canadian residents) is obtained by subtracting demand by non-residents in Canada (exports) from total tourism demand in Canada. The latter is always smaller than the domestic supply of tourism commodities in the

Table 1
Tourism Demand as a Share of Supply, based on the 1988 TSA

	%
Transportation	**42.4**
Passenger Air Transport	92.1
Passenger Rail Transport	83.8
Interurban Bus Transport	88.1
Vehicle Rental	83.0
Vehicle Repair and Parts	19.0
Vehicle Fuel	32.4
Other Transportation	22.4
Accommodation	**89.8**
Hotel	91.4
Motel	95.4
Other Accommodation	75.1
Food and Beverage Services	**25.6**
Meals from Accommodation Services	51.8
Meals from Food and Beverage Services	25.9
Alcoholic Beverages from Accommodation Services	16.2
Alcoholic Beverages from Food and Beverage Services	14.7
Meals and Alcoholic Beverages for Other Tourism Industries	27.7
Other Tourism Commodities	**32.7**
Recreation and Entertainment	27.7
Travel Agency Services	97.8
Convention Fees[1]	91.1
Total Supply of Tourism Commodities	**38.8**

[1] *This proportion was not presented in the 1988 TSA, but was used in the NTI.*
Source: National Accounts and Environment Division, Guide to the National Tourism Indicators, Cat. No. 13-594-GPE.

NTIs because local or non-tourism consumption (e.g. restaurant meals) always accounts for a portion of that domestic supply.

The demand series are expressed in millions of current dollars and constant dollars (at 1986 prices). As a general rule, the data available for calculating demand are less reliable than the data used to estimate supply.

Employment

The employment series in the NTIs reflect the amount of production generated in tourism industries by direct sales to visitors. They consequently exclude tourism industry employment resulting from the sale of commodities to other consumers. Employment in non-tourism industries was taken into account in the TSA. Those estimates are part of the development plans for the NTIs. The employment series are expressed in thousands of employed persons.

In addition, the employment figures include full-time, part-time and casual paid employees, as well as self-employed workers and unpaid family workers. They do not include volunteer workers, most of whom work in museums or at special events such as festivals.

What can the indicators tell us?

Unlike the TSA, which so far covers only 1988, the NTIs can be used to estimate trends. The estimates are expressed in current and constant dollars. Current dollar estimates refer to the price of a good or service at the time of the reference period. The NTIs also contain estimates computed at the prices of another period - specifically 1986. The constant dollar figures show the real value of a current dollar in relation to the value of a dollar in the reference year.

Demand by all visitors for air carrier services increased by 12.3% between 1994 and 1995 (Table 2). However, tourism spending by foreign visitors grew faster (18.0%) than tourism spending by Canadians (10.5%). In 1986 dollars, the 1995 annual growth in demand for Canadian air carrier services (9.3%) was at its highest in seven years (Chart 2).

Canadians accounted for three quarters of tourism expenditures on Canadian air carrier services in 1995, compared with 83% ten years ago. The globalization of markets has helped Canadian air carriers diversify their tourism-related customer base.

A glance at the accommodation industry reveals that tourism demand in Canada was up 5.2% in current dollars in 1995 (Table 3). A sharp increase in spending by foreign visitors (18.7%) masked the small but stable growth in spending by Canadians (0.7%). Thus, the globalization effect was felt in this industry as well. The proportion of accommodation expenditures by foreign customers (28%) in the accommodation industry in 1995 was at its highest point in nine years. Partly because of Expo '86 in Vancouver, the record year for the accommodation industry is still 1986, when non-residents accounted for 30% of tourism demand.

Overall, the real growth (in 1986 dollars) of tourism demand in Canada was 3.2% in 1995, a lower annual rate than in

Table 2

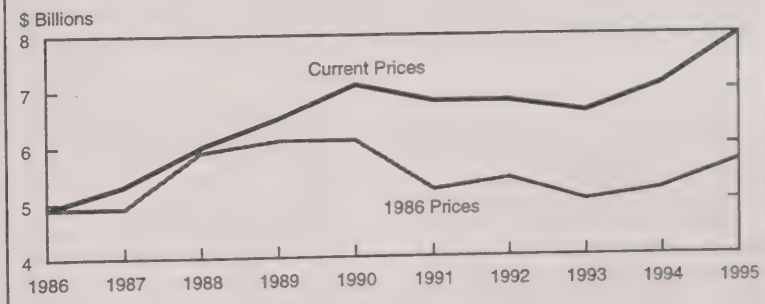
Tourism Demand in Canada, 1995, Passenger Air Transport Services, millions of dollars and percentage change from 1994

	Current Dollars	Constant Dollars
Tourism Domestic Demand	5,975	4,246
	10.5%	7.6%
Tourism Exports	2,005	1,420
	18.0%	14.8%
Tourism Demand in Canada	**7,980**	**5,666**
	12.3%	**9.3%**

Source: National Accounts and Environment Division, National Tourism Indicators, Historical Estimates, 1986 to 1995, Cat. No. 13-220-XPB.

Chart 2

Annual Change of Tourism Demand in Canada – Passenger Air Transport



Source: National Accounts and Environment Division, National Tourism Indicators, Historical Estimates, 1986-1995, Cat. No. 13-220-XPB.

Table 3
Tourism Demand in Canada, 1995, Accommodation Services, millions of dollars and percentage change from 1994

	Current Dollars	Constant Dollars
Tourism Domestic Demand	3,964	2,900
	0.7%	-8.0%
Tourism Exports	1,575	1,148
	18.7%	7.6%
Tourism Demand in Canada	**5,539**	**4,048**
	5.2%	**-4.1%**

Source: National Accounts and Environment Division, National Tourism Indicators, Historical Estimates, 1986 to 1995, Cat. No. 13-220-XPB.

Table 4
Change in Tourism Demand in Canada for Tourism Commodities Produced in Canada in 1995 Compared to 1994 (constant 1986 dollars)

	Tourism Demand		
	Domestic (by Canadian residents)	Non-Resident (Exports)	**Total in Canada**
		%	
Transportation	1.9	11.7	**4.0**
Accommodation	-0.8	7.6	**-4.1**
Food and Beverage Services	3.5	9.9	**5.5**
Other Tourism Commodities	4.9	10.7	**6.3**
Total Tourism Commodities	**0.9**	**10.4**	**3.2**

Source: National Accounts and Environment Division, National Tourism Indicators, Historical Estimates, 1986 to 1995, Cat. No. 13-220-XPB.

1994 (5.3%). Tourism demand in Canada by foreign visitors was up 10.4%, compared with only 0.9% for domestic tourism demand (Table 4).

To produce an estimate of total tourism spending in Canada, the demand for non-tourism commodities, which is not measured by the NTIs, must be taken into account. According to the TSA, 83.7% of visitors' expenditures were on tourism commodities in 1988[5]. On the basis of this ratio, it can be estimated that 16.3% of visitors' expenditures were on non-tourism commodities. Projecting this percentage through the NTIs, we estimate that tourism spending in Canada by Canadians and foreign visitors (tourism demand for tourism and non-tourism commodities in Canada) was approximately $42 billion in 1995, an all-time record.

Employment from direct sales to visitors in tourism industries amounted to 378,200 persons in 1995. In addition, on the basis of direct employment in non-tourism industries according to the TSA[6], it is estimated that in 1995, tourism directly employed 488,500 people, 5.1% of employment in the business sector in Canada.

These are only a few examples of the kind of information that the National Tourism Indicators can supply. This type of analysis can be performed on the 18 categories of supply and demand and the 10 categories of employment. The new data series should serve as an effective line of communication between Statistics Canada and users of tourism data. This new, leading edge statistical tool, the first of its kind, should help those interested in the tourism industry find answers to their questions about the economic facet of the tourism phenomenon. The relevant, more frequent data this tool provides can be used to portray the evolution of tourism and highlight trends.

The current challenge

To promote tourism, industry leaders must foster a better understanding of the tourism business and the markets it generates. It is becoming more vital to make governments and the general public aware of the contribution that tourism makes to Canada's heritage and affluence. The national tourism indicators are a tool that can be used to achieve this goal.

[5] *The percentage of total tourism demand is from the table on page 9 of the* ***Guide to the National Tourism Indicators: Sources and Methods.***

[6] *Direct employment in non-tourism industries is from Table 2 of the above-mentioned article on the TSA.*



Travel Between Canada and Other Countries
September 1996

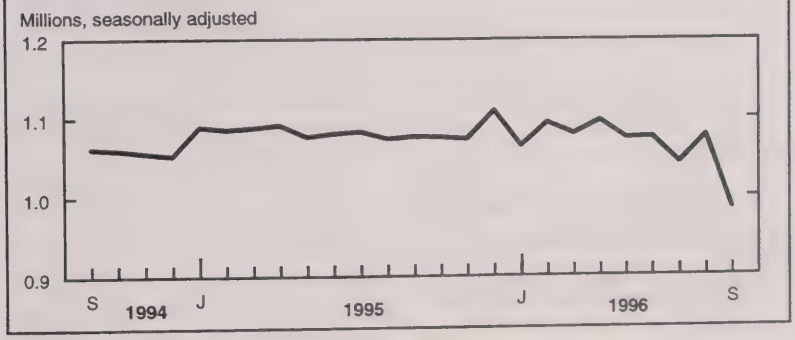
In September, the number of overnight trips to Canada by Americans fell 8.6% compared with August. It was the largest monthly drop in the last 11 years.

Estimates of the number of trips of one or more nights to Canada by residents of selected overseas countries

Origin	Sept. 1996[p]	Sept. 1995 to sept. 1996
	unadjusted	
	000	% change
Europe	**317**	**7.7**
France	77	2.0
Germany	71	18.0
United Kingdom	93	4.4
Other Europe	77	9.1
Asia	**168**	**5.6**
Hong Kong	17	15.9
Japan	86	-1.7
South Korea	15	26.9
Taiwan	15	19.6
Other Asia	35	7.7
Other countries	**61**	**1.8**
Australia	17	-9.4
Other countries	44	7.0

[p] *Preliminary figures.*

The drop in overnight trips to Canada by Americans was the largest since September 1985



Note to readers

Month-to-month comparisons use seasonally adjusted data, that is, data adjusted for variations that repeat annually and for variability caused by the different volumes of travellers associated with different days of the week.

Year-over-year comparisons use unadjusted data (the actual traffic counts).

Overseas countries are countries other than the United States.

Excursions are same-day trips.

September's level of 985,000 trips is the lowest since June 1993. The number of trips of this type has fluctuated around 1.1 million since early 1995.

Overseas residents also made fewer overnight trips to Canada in September. A 0.7% decrease, the third consecutive decline since last June's peak, brought the number of such trips to 364,000. The trend in this type of travel has been rising since mid-1992.

Overall, foreigners made 1.3 million trips of at least one night to Canada, down 6.6% from August.

Canadians also made fewer overnight trips abroad

The number of overnight trips abroad by Canadians declined 0.5% from the previous month, to 1.5 million in September. Since February, when Canadians made 1.6 million trips of this type, the decrease has totalled 7.1%.

Overnight stays in the United States, Canadians' most popular international destination, dropped 0.5% in September to 1.2 million.

Overnight trips overseas had been on the rise since early 1991, until they peaked at 308,000 in February 1996. Since then, the trend has been downward. A

0.7% decrease in September brought the number of these trips to 294,000, 4.5% below February's peak.

Fewer car excursions between Canada and the United States

Canadians' same-day car trips to the United States dropped 4.1% in September, to 2.9 million. Trips of this type peaked at 5.4 million in November 1991, then decreased until April 1994. Since then, they have remained relatively stable.

Americans' same-day cross-border car trips have been decreasing since last February; they were down 1.9% in September, to 1.9 million. This type of travel was at a low of 1.5 million in January 1994 and reached a high of 2.0 million in February 1996.

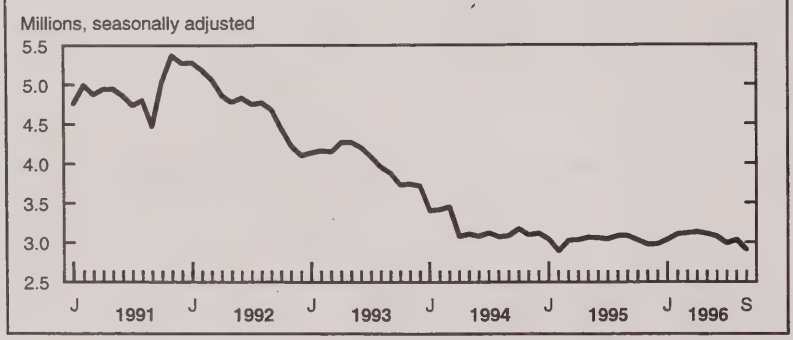
For further information, contact Luc Dubois (613-951-1674; fax: 613-951-2909), Tourism Statistics Program, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics.

Same-day cross-border car trips

	Americans to Canada		Canadians to the United States	
	Sept. 1996p	Sept. 1995 to sept. 1996	Sept. 1996p	Sept. 1995 to sept. 1996
	unadjusted			
	'000	% change	000	% change
Canada	**2,010**	**-4.3**	**2,959**	**-6.2**
Place of entry/ re-entry				
New Brunswick	128	-5.2	397	-12.0
Quebec	110	1.1	288	-4.9
Ontario	1,535	-5.2	1,368	-4.3
Manitoba	27	10.8	63	0.8
Saskatchewan	6	11.3	20	-0.5
Alberta	11	-9.2	15	-7.2
British Columbia	189	-0.2	804	-7.3
Yukon	3	-17.9	3	-3.4

p Preliminary figures.

Canadians' car excursions to the United States dropped by 4.1% in September



International travel account

Third quarter 1996 (preliminary)

Receipts from foreigners travelling in Canada were down in the third quarter, while spending by Canadians abroad increased slightly. As a result, Canada's international travel account deficit was up by 21.7%.This deficit, which stood at $859 million, was still less than half its $1.9 billion peak recorded in the fourth quarter of 1991.

Foreigners travelling in this country contributed $2.9 billion to the Canadian economy between July and September, down 4.2% from the record $3.0 billion in the previous quarter. Meanwhile, Canadian travellers spent $3.7 billion abroad, 0.8% more than in the second quarter.

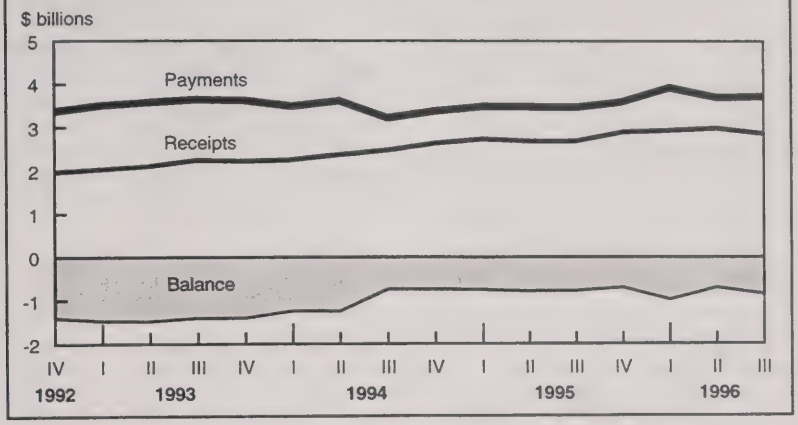
Travel account deficit with the United States increased

The travel account deficit with the United States jumped 17.3% in the third quarter, to $941 million. The main factor was a 6.4% decrease in spending by Americans who travelled in Canada; these receipts totalled $1.5 billion.

During the same period, Canadians' spending in the United States was up 1.5%, to $2.4 billion.

The travel account deficit with the United States peaked at $1.8 billion in the fourth quarter of 1991. At that time, the Canadian dollar was worth US$0.88 and same-day car trips to the United States, often used as an indicator of cross-border shopping, had also peaked. The deficit then decreased until it reached its most recent low of $694 million in the fourth quarter of 1994. Since then, the trend has been upward.

The international travel account deficit jumped by 21.7% in the third quarter



Surplus with overseas countries decreased

In the third quarter, travellers from countries other than the United States spent $82 million more in Canada than Canadians did during their visits overseas. It was the fourth surplus in the travel account with overseas countries in the last five quarters. However, this surplus was 15.1% below that of the previous quarter.

Even though the $1.4 billion spent in Canada by overseas residents was 1.6% lower than in the second quarter, this amount represents an increased share of total international travel receipts. This share stood at 48% in the third quarter, compared with only 27% in 1986.

Meanwhile, Canadians made 0.4% fewer trips overseas in the third quarter than in the second. Their spending also decreased slightly (-0.6%) to $1.3 billion.

For further information contact Luc Dubois (613-951-1674; Tourism Statistics Program, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics, fax: 613-951-2909).

Note to readers

Unless otherwise specified, data used in this release are seasonally adjusted.

Amounts are in Canadian dollars and are not adjusted for inflation.

Receipts represent spending by foreigners travelling in Canada, including education-related and medical-related spending.

Payments represent spending by Canadians travelling abroad, including education-related and medical-related spending.

Overseas countries are countries other than the United States.

International Travel Receipts and Payments

	Fourth quarter 1995	First quarter 1996[r]	Second quarter 1996[r]	Third quarter 1996[p]
	seasonally adjusted[1] $ millions			
United States				
Receipts	1,536	1,635	1,596	1,494
Payments	2,375	2,598	2,399	2,435
Balance	-839	-962	-802	-941
All other countries				
Receipts	1,360	1,300	1,387	1,365
Payments	1,222	1,322	1,290	1,283
Balance	138	-21	97	82
Total, all countries				
Receipts	2,896	2,936	2,983	2,859
Payments	3,597	3,920	3,689	3,718
Balance	-701	-984	-706	-859

[1] *Seasonally adjusted data may not add to totals due to rounding.*
[p] *Preliminary figures.*
[r] *Revised figures.*

Travel Price Index
Third Quarter 1996

TPI up 2.8% from the same period last year

In the third quarter of 1996, consumers saw an increase of 2.8% from the same period a year ago in the price of the basket of goods and services that make up the Travel Price Index. This increase was mainly due to a 5.6% increment in inter-city transportation costs and a 9.3% increment in the price of local and commuter transportation. Automotive vehicle operating costs were also up. Overall, however, travellers had to pay 4.4% more for accommodation than during the same period last year.

Compared with the third quarter of 1995, the prices of all the TPI components increased in the third quarter of 1996, with the exception of clothing and shoes, photographic supplies and services, and, to a lesser extent, automotive vehicle rental.

By comparison, the CPI was up 1.3% in the third quarter of 1996 from the same period a year ago.

TPI up 3.7% from the previous quarter

The Travel Price Index was up 3.7% in the third quarter of 1996 compared with the previous quarter. During the third quarter of 1996, travellers paid 22.9% more for accommodation reflecting in part, summer rates. After having experienced a seasonal jump of 22.1% in July and August, accommodation costs fell by 5.6% in September, reflecting a return to fall rates in certain establishments. In other areas, travellers also paid 3.1% more for local and commuter transportation and 2.6% more for inter-city transportation.

Travellers enjoyed a 2.0% drop in automotive vehicle operating costs and a 0.3% drop in food costs.

During the third quarter of 1996, the CPI was up 0.1% compared with the previous quarter. (See page 12 of the Travel Indicators.)

Note to users

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used by travellers in Canada. Price movements are drawn from the derived Consumer Price Index (CPI) series.

A technical report on the Travel Price Index is available from the Tourism Statistics Program at (613) 951-1673.

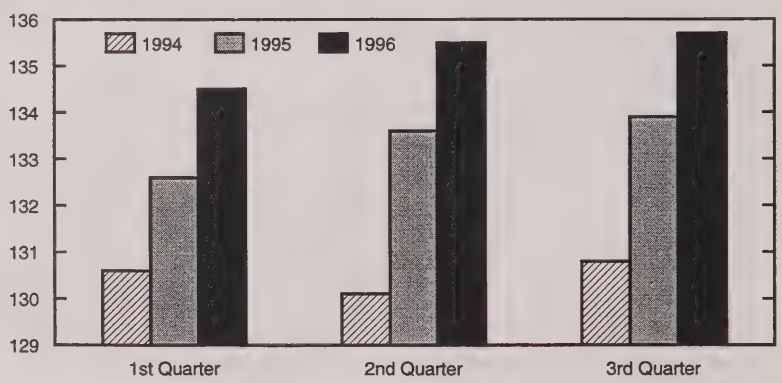
The Travel Price Index (TPI) and its Components,
(not seasonally adjusted, 1986 = 100)

Components of the TPI[1]	3rd Quarter 1996	% Change 2nd Quarter 1996	% Change 3rd Quarter 1995
Inter-city transportation	163.5	2.6	5.6
Local and commuter transportation	176.4	3.1	9.3
Rental and leasing of automotive vehicles	135.9	1.6	-0.1
Operation of automotive vehicles	144.3	-2.0	1.7
Traveller accommodation	162.0	22.9	4.4
Food	127.9	-0.3	1.4
Alcoholic beverages	147.1	0.2	1.9
Clothing and footwear	130.9	-0.1	-0.8
Medicinal and pharmaceutical products	153.7	0.2	0.3
Personal care	131.3	0.1	0.4
Photographic equipment	110.7	-1.0	0.7
Photographic services and supplies	115.3	-1.1	-1.9
Reading materials and other printed matter	171.3	1.0	3.2
Tobacco products and smokers' supplies	143.6	0.2	0.9
Travel Price Index (TPI)	**150.1**	**3.7**	**2.8**
Consumer Price Index (CPI)	**135.7**	**0.1**	**1.3**

[1] *The following TPI components are not published by Prices Division: Admission to entertainment; Use of recreational vehicles; Records, compact discs and pre recorded audio magnetic tapes; Use of recreational sports and health facilities.*

Sources: Prices Division, The Consumer Price Index, Cat. No. 62-001-XPB; and Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics, Tourism Statistics Program.

Travel Price Index



Source: Tourism Statistics Program.

National Tourism Indicators
Second Quarter 1996

Tourism Demand and employment

In the second quarter of 1996, the tourism demand in Canada decreased by 0.3% in constant 1986 dollars from the previous quarter. This decline was due to the domestic demand since the foreign demand (tourism exports) increased by 1.1% over the previous quarter. However, in current dollars, the increase in the domestic demand combined with tourism exports caused the tourism demand to increase by 1.1%. With regard to tourism exports, the demand for accommodation experienced an especially large increase, at 6.4%.

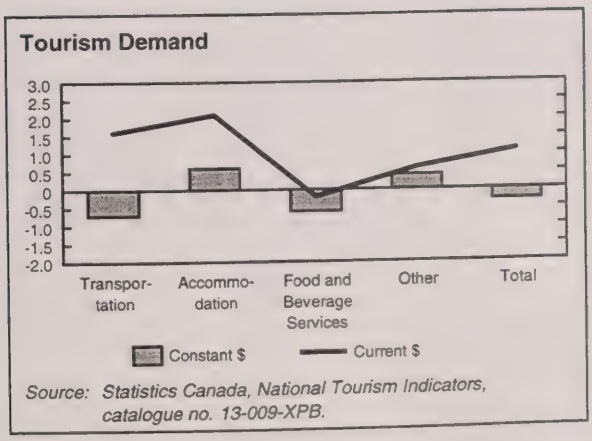
Tourism exports accounted for 27% of the total tourism demand in the second quarter.

Employment in tourism industries generated by direct sales to visitors was down by 0.7% between the first and second quarters. In fact, only the transportation sector increased. The accommodation sector decreased by 1.8% while the food and beverage services industry fell by 0.7%.

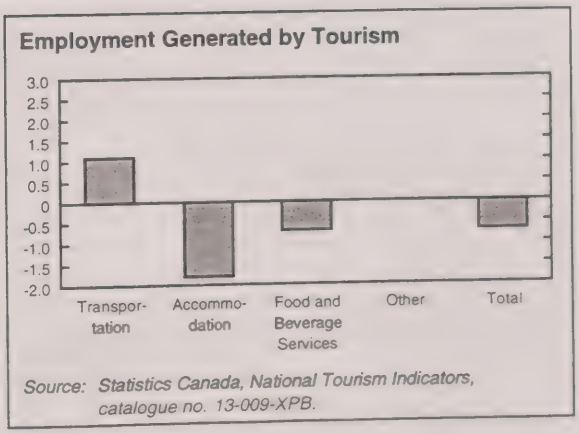
TOURISM DEMAND AND EMPLOYMENT
Seasonally Adjusted, Current and Constant Dollars from 1986
Percent Change of the Second Quarter from Previous Quarter of 1996

	Tourism Demand						Employment Generated by Tourism	
	IN CANADA		Domestic		Tourism Exports		TOTAL	
	Change in		Change in		Change in			% Change
	Constant $	Current $	Constant $	Current $	Constant $	Current $		
Transportation	**-0.7**	**1.6**	-1.2	1.0	0.9	3.3	Transportation	1.1
Accommodation	**0.6**	**2.1**	-1.2	0.3	5.0	6.4	Accommodation	-1.8
Food & Beverage S.	**-0.6**	**-0.2**	-0.9	-0.4	0.0	0.3	Food & Beverage Services	-0.7
Other	**0.4**	**0.6**	0.8	1.0	-0.9	-0.8	Other	0.0
Total	**-0.3**	**1.1**	**-0.9**	**0.6**	**1.1**	**2.5**	**Total**	-0.7

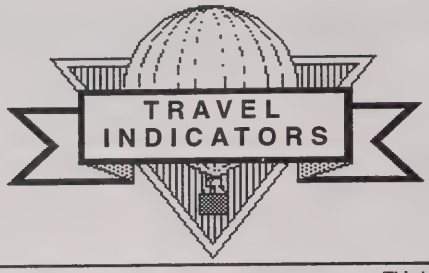
Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB.



Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB.



Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB.



	Third Quarter		% Change
	1995	1996	
VISITORS TO CANADA (000s)			
From United States	14,257	14,163	-0.7
Overnight visits	5,845	5,721	-2.1
- By auto	4,082	3,879	-5.0
From Overseas	1,969	2,126	7.9
Overnight visits	1,801	1,959	8.8
Top Seven Countries:			
United Kingdom	294	302	2.9
Japan	253	274	8.3
France	217	231	6.5
Germany	216	230	6.8
Hong Kong	75	77	3.6
South Korea	51	68	33.7
Australia	59	60	1.3
CANADIANS OUTSIDE CANADA (000s)			
To United States:	15,978	15,733	-1.5
Overnight visits	5,042	5,169	2.5
- By auto	3,815	3,803	-0.3
To Overseas	909	913	0.5
INDUSTRY			
Airline passengers (Level I) (000s)	6,321	6,599	4.4
Airline passenger-km (Level I) (000,000s)	16,610	17,744	6.8
PRICES			
1986 = 100 (not s.a.)			
Travel Price Index	146.0	150.1	2.8
Consumer Price Index	133.9	135.7	1.3
- Restaurant meals	142.6	144.6	1.4
- Inter-city transportation	154.8	163.5	5.6
- Renting and leasing of automotive vehicles	136.0	135.9	-0.1
- Gasoline	124.0	126.7	2.2
ECONOMIC			
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.) (000,000s)	542,259	551,931	1.8
- Amusement and recreation (000,000s)	5,104	5,345	4.7
- Accommodation and food services (000,000s)	11,812	11,789	-0.2
Personal disposable income per capita (s.a.)	17,133	17,270	0.8
LABOUR (000s)			
Labour force (s.a.)	14,927	15,157	1.5
Unemployed	1,414	1,477	4.5
Employed	13,512	13,680	1.2
- Accommodation and food services (not s.a.)	912	943	3.4
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)			
American Dollar	1.3555	1.3701	1.1
British Pound	2.1328	2.1298	-0.1
Japanese Yen	0.0144	0.0126	-12.9
German Mark	0.9475	0.9151	-3.4
French Franc	0.2742	0.2690	-1.9

(s.a.) seasonally adjusted.



	Troisième trimestre		Variation en %
	1995	1996	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	14 257	14 163	-0,7
Visites d'une nuit ou plus	5 845	5 721	-2,1
- Par auto	4 082	3 879	-5,0
Des pays d'outre-mer	1 969	2 126	7,9
Visites d'une nuit ou plus	1 801	1 959	8,8
Les sept pays les plus populaires:			
Royaume-Uni	294	302	2,9
Japon	253	274	8,3
France	217	231	6,5
Allemagne	216	230	6,8
Hong Kong	75	77	3,6
Corée du sud	51	68	33,7
Australie	59	60	1,3
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis	15 978	15 733	-1,5
Visites d'une nuit ou plus	5 042	5 169	2,5
- Par auto	3 815	3 803	-0,3
Outre-mer	909	913	0,5
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	6 321	6 599	4,4
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	16 610	17 744	6,8
PRIX			
1986 = 100 (non dés.)			
Indice des prix des voyages	146,0	150,1	2,8
Indice des prix à la consommation	133,9	135,7	1,3
- Aliments achetés au restaurant	142,6	144,6	1,4
- Transport interurbain	154,8	163,5	5,6
- Location de véhicules automobiles	136,0	135,9	-0,1
- Essence	124,0	126,7	2,2
ÉCONOMIQUE			
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	542 259	551 931	1,8
- Divertissements et loisirs (en millions)	5 104	5 345	4,7
- Hébergement et restauration (en millions)	11 812	11 789	-0,2
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 133	17 270	0,8
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	14 927	15 157	1,5
Chômeurs	1 414	1 477	4,5
Personnes occupées	13 512	13 680	1,2
- Hébergement et restauration (non dés.)	912	943	3,4
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,3555	1,3701	1,1
Livre sterling	2,1328	2,1298	-0,1
Yen du Japon	0,0144	0,0126	-12,9
Mark de l'Allemagne	0,9475	0,9151	-3,4
Franc de France	0,2742	0,2690	-1,9

(dés.) désaisonnalisées.

Indicateurs touristiques nationaux

Deuxième trimestre 1996

Demande touristique et emploi

Au second trimestre de 1996 et en dollars constants de 1986, la demande touristique au Canada a subi un recul de 0,3 % par rapport au trimestre précédent. Ce recul est attribuable à la demande intérieure puisque la demande en provenance des étrangers (exportations touristiques) a augmenté de 1,1 % durant cette période. Examinée en dollars courants cependant, l'augmentation de la demande intérieure combinée aux exportations touristiques a permi à la demande touristique de se renforcir de 1,1 %. Du côté des exportations touristiques, la demande pour l'hébergement a connu une croissance particulièrement remarquable de l'ordre de 6,4 %.

Les exportations touristiques représentaient 27 % de la demande touristique totale au second trimestre de 1996.

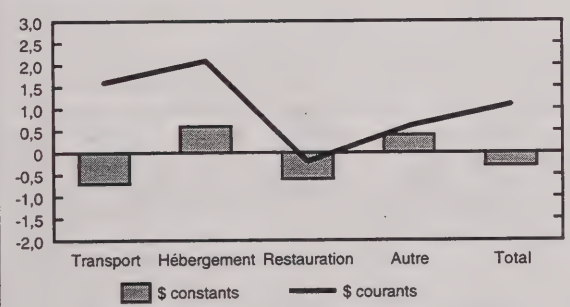
L'emploi généré par les ventes directes aux visiteurs dans les branches touristiques a baissé de 0,7 % entre le premier et le second trimestre. En fait, seul le secteur du transport a connu une hausse. Le secteur de l'hébergement a reculé de 1,8 % alors que le secteur de la restauration était en baisse de 0,7 %.

DEMANDE TOURISTIQUE ET EMPLOI
Données désaisonnalisées, dollars courants et constants de 1986
Variation en pourcentage du second trimestre de 1996 par rapport au trimestre précédent

	Demande touristique						Emploi généré par le tourisme	
	AU CANADA		Domestique		Exportations touristiques		TOTAL	
	variation en		variation en		variation en			variation en %
	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants		
Transport	**-0,7**	**1,6**	-1,2	1,0	0,9	3,3	Transport	1,1
Hébergement	**0,6**	**2,1**	-1,2	0,3	5,0	6,4	Hébergement	-1,8
Restauration	**-0,6**	**-0,2**	-0,9	-0,4	0,0	0,3	Restauration	-0,7
Autre	**0,4**	**0,6**	0,8	1,0	-0,9	-0,8	Autre	0,0
Total	**-0,3**	**1,1**	**-0,9**	**0,6**	**1,1**	**2,5**	**Total**	**-0,7**

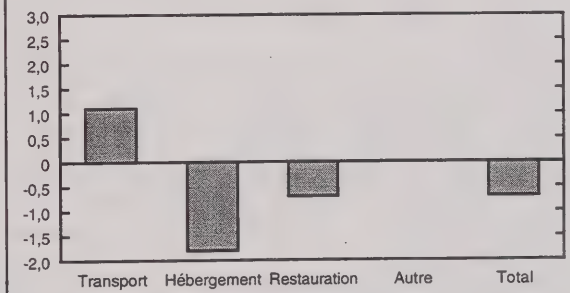
Source: Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue.

Demande touristique



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue.

Emploi généré par le tourisme



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue.

Indice des prix des voyages

Troisième trimestre de 1996

L'IPV avance de 2,8 % par rapport à la même période de l'année dernière

Au troisième trimestre de 1996, les consommateurs ont connu une majoration de 2,8 % des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix de voyages, comparativement au même trimestre de l'année dernière. Cette hausse a été dominée par des majorations de 5,6 % dans les coûts de transports interurbains et de 9,3 % dans les coûts de transport local et de banlieue. On remarque aussi une progression du coût de l'utilisation de véhicules automobiles. D'autre part, les voyageurs ont dû débourser 4,4 % de plus qu'à la même période l'an dernier pour leur hébergement.

Comparativement au troisième trimestre de 1995, les prix de toutes les composantes de l'IPV ont subi des hausses à l'exception de l'habillement et chaussures, des fournitures et services photographiques et, dans une moindre mesure, la location de véhicules automobiles.

À titre comparatif, l'IPC a avancé de 1,3 % au troisième trimestre de 1996 par rapport au même trimestre de l'année dernière.

L'IPV avance de 3,7 % par rapport au trimestre précédent

L'Indice des prix des voyages a augmenté de 3,7 % au troisième trimestre de 1996 par rapport au trimestre précédent. Au cours du troisième trimestre de 1996, les voyageurs ont dû payer 22,9 % de plus pour leurs frais d'hébergement, reflètant ainsi en partie, les tarifs de la saison estivale. Après avoir connu un bond saisonnier de 22,1 % en juillet et août, les frais d'hébergement ont reculé de 5,6 % en septembre, reflétant ainsi l'entrée en vigueur des tarifs d'automne dans certains établissements.

Par ailleurs, les consommateurs ont déboursé 3,1 % de plus pour le transport local et de banlieue et 2,6 % de plus pour le transport interurbain.

Les consommateurs ont profité de 2,0 % de réduction dans les coûts d'utilisation de véhicules automobiles et de 0,3 % dans le coût des aliments.

Au cours du troisième trimestre de 1996, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation était en hausse de 0,1 % comparativement au trimestre précédent. (voir Indicateurs de voyages à la page 12).

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant au Programme de la statistique du tourisme, au (613) 951-1673.

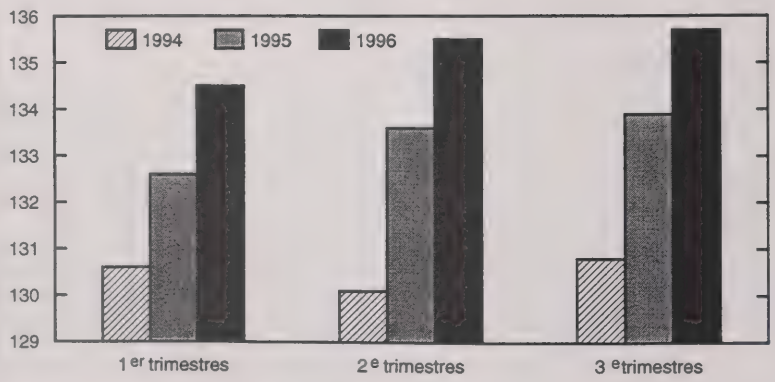
L'indice des prix des voyages (IPV) et ses composantes
(non désaisonnalisée, 1986 = 100)

		Variation en %	
Composantes de l'IPV[1]	**3e Trimestre 1996**	**2e Trimestre 1996**	**3e Trimestre 1995**
Transport interurbain	163,5	2,6	5,6
Transport local et de banlieue	176,4	3,1	9,3
Location de véhicules automobiles	135,9	1,6	-0,1
Utilisation de véhicules automobiles	144,3	-2,0	1,7
Hébergement de voyageurs	162,0	22,9	4,4
Aliments	127,9	-0,3	1,4
Boissons alcoolisées	147,1	0,2	1,9
Habillement et chaussures	130,9	-0,1	-0,8
Médicaments et produits pharmaceutiques	153,7	0,2	0,3
Soins personnels	131,3	0,1	0,4
Matériel photographique	110,7	-1,0	0,7
Fournitures et services photographiques	115,3	-1,1	-1,9
Matériel de lecture et autres imprimés	171,3	1,0	3,2
Produits du tabac et articles pour fumeurs	143,6	0,2	0,9
Indice des prix des voyages (IPV)	**150,1**	**3,7**	**2,8**
Indice des prix à la consommation (IPC)	**135,7**	**0,1**	**1,3**

[1] *Les composantes de l'IPV qui suivent ne sont pas publiées par la Division des prix: Droits d'entrées aux spectacles; Utilisation de véhicules de loisirs,; Disques, disques audionumériques et bandes magnétiques audio pré-enregistrées; Droits pour usage unique d'installation de loisirs, de sport et de santé*

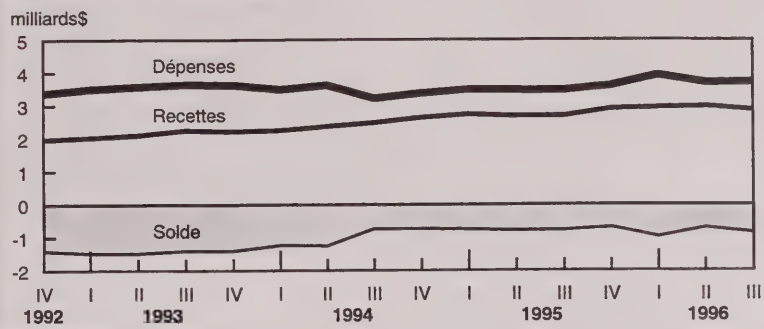
Sources: Division des prix; L'Indice des prix à la consommation, no 62-001-XPB au catalogue, et Culture, tourisme et centre des statistiques sur l'éducation, Programme de la statistique du tourisme.

Indice des prix des voyages



Source : Programme de la statistique du tourisme.

Le déficit du compte des voyages internationaux a bondi de 21,7 % au troisième trimestre



Diminution du surplus avec les pays d'outre-mer

Au troisième trimestre, les voyageurs de pays autres que les États-Unis ont dépensé 82 millions de dollars de plus au Canada que ne l'ont fait les Canadiens visitant ces pays. Il s'agissait du quatrième surplus du compte des voyages avec les pays d'outre-mer au cours des cinq derniers trimestres. Cependant, ce surplus était de 15,1 % moins élevé que celui du trimestre précédent.

Même si les dépenses de 1,4 milliard de dollars effectuées par les résidents de pays d'outre-mer au Canada étaient en diminution de 1,6 % comparativement au deuxième trimestre, la proportion qu'elles représentent par rapport aux recettes totales de voyages internationaux a augmenté. Cette proportion était de 48 % au troisième trimestre alors qu'elle n'était que de 27 % en 1986.

Par ailleurs, les Canadiens ont effectué moins de voyages (-0,4 %) vers des pays d'outre-mer au troisième trimestre qu'ils ne l'avaient fait au cours des trois mois précédents. Leurs dépenses ont aussi diminué légèrement (-0,6 %) et se sont chiffrées à 1,3 milliard de dollars.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Luc Dubois au (613) 951-1674, Programme de la statistique du tourisme, Culture, tourisme et centre des statistiques sur l'éducation. Télécopieur: (613) 951-2909.

Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données mentionnées dans le présent communiqué sont désaisonnalisées.

Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas corrigés pour tenir compte de l'inflation.

Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant sur le territoire canadien, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

Les dépenses représentent les dépenses des Canadiens voyageant sur un territoire étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

Les pays d'outre-mer sont les pays autres que les États-Unis.

Recettes et dépenses au compte des voyages internationaux

	4e trimestre de 1995	1er trimestre de 1996r	2e trimestre de 1996r	3e trimestre de 1996p
	données désaisonnalisées[1] millions de $			
États-Unis				
Recettes	1 536	1 635	1 596	1 494
Dépenses	2 375	2 598	2 399	2 435
Solde	-839	-962	-802	-941
Tous les autres pays				
Recettes	1 360	1 300	1 387	1 365
Dépenses	1 222	1 322	1 290	1 283
Solde	138	-21	97	82
Total				
Recettes	2 896	2 936	2 983	2 859
Dépenses	3 597	3 920	3 689	3 718
Solde	-701	-984	-706	-859

[1] *Les données désaisonnalisées peuvent ne pas correspondre aux totaux en raison de l'arrondissement.*
p *Données provisoires.*
r *Données révisées.*

au mois d'août a porté leur nombre à 294 000 en septembre, un niveau qui était 4,5 % inférieur au sommet de février.

Diminution des excursions en automobile entre le Canada et les États-Unis

Les voyages en automobile de même jour effectués aux États-Unis par des Canadiens ont chuté de 4,1 % en septembre. Ils se sont chiffrés à 2,9 millions de voyages. Les voyages de ce genre ont culminé en novembre 1991, à 5,4 millions, pour ensuite diminuer jusqu'en avril 1994. Ils sont relativement stables depuis.

Les voyages transfrontaliers de même jour en automobile des Américains sont à la baisse depuis février dernier; ils ont diminué de 1,9 % en septembre pour atteindre 1,9 million. Les voyages de ce genre sont passés d'un creux de 1,5 million en janvier 1994 à un sommet de 2,0 millions en février 1996.

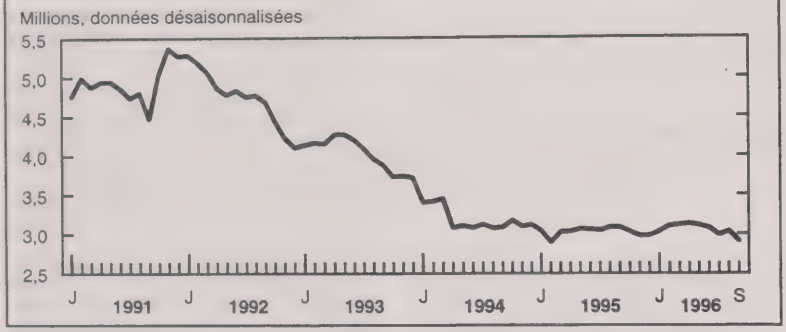
Pour plus de renseignements, communiquez avec Luc Dubois au (613) 951-1674, Programme de la statistique du tourisme, Culture, tourisme et centre des statistiques sur l'éducation. Télécopieur: (613) 951-2909.

Voyages transfrontaliers en automobile et de même jour entre le Canada et les États-Unis

	Américains au Canada		Canadiens aux États-Unis	
	Sept. 1996p	Sept. 1995 à sept. 1996	Sept. 1996p	Sept. 1995 à sept. 1996
	données non désaisonnalisées			
	milliers	variation en %	milliers	variation en %
Canada	**2 010**	**-4,3**	**2 959**	**-6,2**
Province ou territoire d'entrée ou de retour				
Nouveau-Brunswick	128	-5,2	397	-12,0
Québec	110	1,1	288	-4,9
Ontario	1 535	-5,2	1 368	-4,3
Manitoba	27	10,8	63	0,8
Saskatchewan	6	11,3	20	-0,5
Alberta	11	-9,2	15	-7,2
Columbie-Britannique	189	-0,2	804	-7,3
Yukon	3	-17,9	3	-3,4

p données provisoires

Les excursions en automobile des Canadiens aux États-Unis ont chuté de 4,1% en septembre



Compte des voyages internationaux

Troisième trimestre de 1996 (données provisoires)

Les recettes provenant des étrangers en voyage au Canada ont diminué au cours du troisième trimestre alors que les dépenses des Canadiens à l'extérieur du pays ont augmenté légèrement. Conséquemment, le déficit du compte des voyages internationaux du Canada était en hausse de 21,7 %. Ce déficit, qui s'est chiffré à 859 millions de dollars, demeure toujours de moitié inférieur au sommet de 1,9 milliard de dollars enregistré au quatrième trimestre de 1991.

L'apport à l'économie canadienne des étrangers en voyage au pays a été de 2,9 milliards de dollars entre juillet et septembre, en baisse de 4,2 % par rapport au montant record de 3,0 milliards de dollars dépensé au cours du trimestre précédent. Par ailleurs, les voyageurs canadiens ont dépensé 3,7 milliards de dollars à l'étranger, ce qui constitue 0,8 % de plus qu'au deuxième trimestre.

Augmentation du déficit du compte des voyages avec les États-Unis

Le déficit au compte des voyages avec les États-Unis a bondi de 17,3 % au cours du troisième trimestre, pour s'établir à 941 millions de dollars. Le facteur principal a été la baisse de 6,4 % dans les dépenses des Américains qui ont voyagé au Canada; elles se sont chiffrées à 1,5 milliard de dollars.

Au cours de la même période, les dépenses des Canadiens en voyage aux États-Unis ont augmenté de 1,5 % pour atteindre 2,4 milliards de dollars.

Le déficit au compte des voyages avec les États-Unis a culminé au quatrième trimestre de 1991, à 1,8 milliard de dollars. À cette époque, le dollar canadien valait 0,88 $US et les voyages en automobile de même jour aux États-Unis, souvent utilisés comme un indicateur du magasinage transfrontalier, ont aussi atteint un sommet. Le déficit a par la suite diminué jusqu'à ce qu'il atteigne son plus récent creux de 694 millions de dollars, au quatrième trimestre de 1994. Depuis, la tendance est de nouveau à la hausse.

TENDANCES

Voyages entre le Canada et les autres pays

Septembre 1996

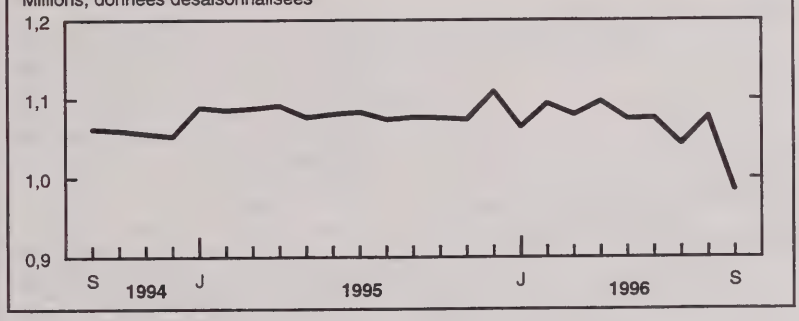
En septembre, le nombre de voyages d'une nuit ou plus au Canada entrepris par des Américains a chuté de 8,6 % par rapport au mois d'août. Il s'agissait de la diminution mensuelle la plus importante à être enregistrée au cours des 11 dernières années.

Estimations du nombre de voyages d'une nuit ou plus des résidents de certains pays d'outre-mer

Origine	Sept. 1996[p]	Sept. 1995 à sept. 1996
	données non désaisonnalisées	
	milliers	variation en %
Europe	**317**	7,7
Allemagne	71	18,0
France	77	2,0
Royaume-Uni	93	4,4
Autres pays d'Europe	77	9,1
Asie	**168**	**5,6**
Corée du Sud	15	26,9
Hong Kong	17	15,9
Japon	86	-1,7
Taïwan	15	19,6
Autres pays d'Asie	35	7,7
Autres pays	**61**	**1,8**
Australie	17	-9,4
Autres pays	44	7,0

[p] *Données provisoires.*

La chute des voyages d'au moins une nuit des Américains au Canada a été la plus importante depuis septembre 1985



Note aux lecteurs

Les comparaisons d'un mois à l'autre sont faites à partir des données désaisonnalisées, c'est-à-dire qu'elles sont corrigées pour tenir compte des variations qui se répètent annuellement ainsi que du changement causé par les divers volumes de voyageurs associés à différents jours de la semaine.

Les comparaisons d'une année à l'autre sont effectuées à partir des données non désaisonnalisées, soit les chiffres réels du trafic.

Les pays d'outre-mer sont les pays autres que les États-Unis.

Une excursion est un voyage de même jour.

Le niveau de 985 000 voyages est le plus bas depuis juin 1993. Le nombre de voyages de ce genre avait fluctué autour de 1,1 million depuis le début de 1995.

Les résidents d'outre-mer ont aussi effectué moins de voyages d'une nuit ou plus au Canada au cours du mois de septembre. Une baisse de 0,7 %, une troisième diminution consécutive depuis le sommet de juin dernier, a fait glisser le nombre de ce type de voyages à 364 000. La tendance dans ce genre de voyages est généralement à la hausse depuis le milieu de 1992.

Au total, les étrangers ont effectué 1,3 million de voyages d'au moins une nuit au Canada, en baisse de 6,6 % par rapport au mois d'août.

Les Canadiens ont aussi effectué moins de voyages d'au moins une nuit à l'étranger

Le nombre de voyages d'une nuit ou plus des Canadiens à l'étranger a diminué de 0,5 % comparativement au mois précédent, atteignant 1,5 million au cours du mois de septembre. Depuis février, alors que les Canadiens ont effectué 1,6 million de voyages de ce genre, la diminution a été de 7,1 %.

Les séjours d'au moins une nuit aux États-Unis, la destination internationale préférée des Canadiens, se sont établis à 1,2 million en septembre. Il s'agissait d'une baisse de 0,5 % par rapport au mois d'août.

Les voyages outre-mer d'au moins une nuit ont été à la hausse entre le début de 1991 et le mois de février 1996, alors qu'ils ont culminé à 308 000. La tendance dans ce genre de voyages est à la baisse depuis. La diminution de 0,7 % par rapport

Tableau 3
Demande touristique au Canada en 1995, services d'hébergement, millions de dollars et variation par rapport à 1994

	En prix courants	En prix constants
Demande touristique intérieure	3 964 0,7 %	2 900 -8,0 %
Exportations touristiques	1 575 18,7 %	1 148 7,6 %
Demande touristique – Canada	**5 539** **5,2 %**	**4 048** **-4,1 %**

Source : Division des comptes nationaux et de l'environnement, Indicateurs nationaux du tourisme, estimations historiques, 1986-1995, numéro 13-220-XPB au catalogue.

Tableau 4
Variation de la demande touristique au Canada pour des biens et services touristiques produits au Canada en 1995 par rapport à 1994, (en dollars constants de 1986)

	Demande touristique		
	Intérieure (par les résidents canadiens)	Provenant des non résidents (exportations)	**Total au Canada**
		%	
Transport	1,9	11,7	**4,0**
Hébergement	-8,0	7,6	**-4,1**
Restauration	3,5	9,9	**5,5**
Autres biens et services touristiques	4,9	10,7	**6,3**
Total biens et services touristiques	**0,9**	**10,4**	**3,2**

Source : Division des comptes nationaux et de l'environnement, Indicateurs nationaux du tourisme, estimations historiques, 1986-1995, numéro 13-220-XPB au catalogue.

Dans l'ensemble, la croissance réelle (en dollars de 1986) de la demande touristique au Canada a été de 3,2 % en 1995, une progression annuelle moins forte que celle enregistrée en 1994 (5,3 %). Cette hausse de la demande touristique au Canada a été de 10,4 % en provenance des visiteurs étrangers alors que celle du tourisme intérieur n'a été que de 0,9 % (tableau 4).

Pour obtenir une estimation de l'ensemble des dépenses touristiques effectuées au Canada, il faut aussi tenir compte de la demande de biens et services non touristiques qui n'est pas mesurée par les INT. Le CST de 1988 nous indiquait que les biens et services touristiques représentaient 83,7 % des dépenses des visiteurs[6]. On peut donc utiliser ce ratio pour estimer que les biens et services non touristiques représentaient quant à eux, 16,3 % des dépenses des visiteurs. En projetant cette proportion à travers les INT, on estime que les dépenses touristiques effectuées au Canada par des visiteurs étrangers et canadiens ont atteint un montant record d'environ 42 milliards de dollars en 1995 (demande touristique en biens et services touristiques et non touristiques au Canada).

Les emplois qui découlent des ventes directes aux visiteurs dans les branches touristiques se chiffrent à 378 200 personnes en 1995. Par ailleurs, en tenant compte de l'emploi qui découle des ventes directes aux visiteurs dans les branches non touristiques à l'aide du CST[7], on estime que le tourisme a employé directement 488 500 personnes en 1995, soit 5,1 % de l'emploi dans le secteur des entreprises au Canada.

Ce ne sont là que des exemples de l'information que l'on peut tirer des Indicateurs nationaux du tourisme. Ce type d'analyse peut être appliqué aux 18 catégories de l'offre et de la demande et aux dix de l'emploi. Les nouvelles séries de données devraient s'avérer un lien de communication efficace entre Statistique Canada et les utilisateurs de données touristiques. Ce nouvel outil statistique de pointe, le premier du genre, devrait permettre aux intervenants du milieu touristique de trouver réponse à leurs questions sur la dimension économique du phénomène touristique. À l'aide de données pertinentes et plus fréquentes, l'objectif demeure de montrer l'évolution du tourisme et d'en dégager les tendances.

Le défi en cette fin de siècle

Pour promouvoir le tourisme, les efforts des intervenants du milieu touristique doivent tendre à favoriser une meilleure connaissance du secteur et des marchés qu'il génère. Il devient encore plus essentiel que les gouvernements et le public en général soient sensibilisés à la contribution du tourisme au patrimoine du Canada et à son enrichissement. Les indicateurs nationaux du tourisme sont un outil pour une telle démarche.

[6] *La part de la demande touristique totale est tirée du tableau de la page 9 du* ***Guide des indicateurs nationaux du tourisme: sources et méthodes*** *mentionné précédemment.*

[7] *L'emploi direct dans les branches non touristiques est tiré du tableau 2 de l'article du CST mentionné précédemment.*

On obtient chaque année une estimation de la demande intérieure, c'est-à-dire la demande provenant des résidents canadiens, en soustrayant la demande provenant des non-résidents au Canada (les exportations) de la demande touristique totale au Canada. La demande touristique totale au Canada est toujours inférieure à l'offre intérieure de biens et de services touristiques dans les INT puisqu'il y a toujours une part de consommation locale ou non touristique, comme pour les repas dans les restaurants, par exemple.

Les séries de la demande sont présentées en millions de dollars courants et constants (aux prix de 1986). En règle générale, les données disponibles pour le calcul de la demande sont moins fiables que celles des estimations de l'offre.

Emploi

Les séries portant sur l'emploi dans les INT reflètent le niveau de production généré dans les branches touristiques par les ventes directes aux visiteurs. Ces séries excluent donc l'emploi dans les branches touristiques qui découle de la vente de biens et services aux autres consommateurs. Les emplois qui découlent des ventes directes aux visiteurs dans les branches non touristiques ont été pris en compte dans le CST. Ces estimations font partie des plans de développement des INT. Les séries sur l'emploi sont exprimées en milliers de personnes occupées.

De plus, les effectifs couverts comprennent les employés rémunérés à temps plein, à temps partiel et les occasionnels, ainsi que les travailleurs à leur propre compte et les travailleurs familiaux non rémunérés. En sont exclus les travailleurs bénévoles qui se retrouvent souvent dans les musées ou les événements spéciaux tels que les festivals.

Que peut-on tirer de ces indicateurs?

À la différence du CST qui ne porte à date que sur 1988, les INT permettent d'estimer les tendances. Ces estimations sont mesurées en dollars courants et constants. Les estimations en dollars courants font référence au prix d'un bien ou d'un service au cours de la période de référence. Les INT comprennent aussi des estimations aux prix d'une autre période, soit l'année 1986. Un dollar constant permet de mesurer la valeur réelle d'un dollar courant par rapport à la valeur d'un dollar d'une année de référence.

On observe une augmentation de 12,3 % de la demande faite auprès des transporteurs aériens canadiens par l'ensemble des visiteurs entre 1994 et 1995 (tableau 2). Cependant, la hausse des dépenses touristiques a été plus forte du côté des visiteurs étrangers (18,0 %) que de celui des Canadiens (10,5 %). En dollars de 1986, la croissance annuelle de la demande auprès des transporteurs aériens canadiens en 1995 (9,3 %) a été la plus vigoureuse depuis les sept dernières années (graphique 2).

Les Canadiens ont effectué les trois-quarts des dépenses faites auprès de ces transporteurs au titre du tourisme en 1995 alors que cette proportion se situait à 83 % il y a dix ans. La mondialisation des marchés a donc permis aux transporteurs aériens canadiens de diversifier leur clientèle touristique.

L'examen du secteur de l'hébergement nous indique une hausse annuelle de 5,2 %, en dollars courants, de la demande touristique au Canada en 1995 (tableau 3). La forte croissance du côté des visiteurs étrangers (18,7 %) a masqué la relative stabilité de ce type de dépense provenant des Canadiens, qui n'a augmenté que de 0,7 % en 1995. Donc ici, l'effet d'entraînement de la mondialisation a aussi joué. La proportion des dépenses d'hébergement effectuées par des clients étrangers (28 %) dans ces établissements en 1995 a été la plus forte des neuf dernières années. Grâce en partie à la tenue d'Expo'86 à Vancouver, l'année record demeure celle de 1986 dans ce secteur, avec 30 % de la demande touristique provenant des non-résidents.

Tableau 2

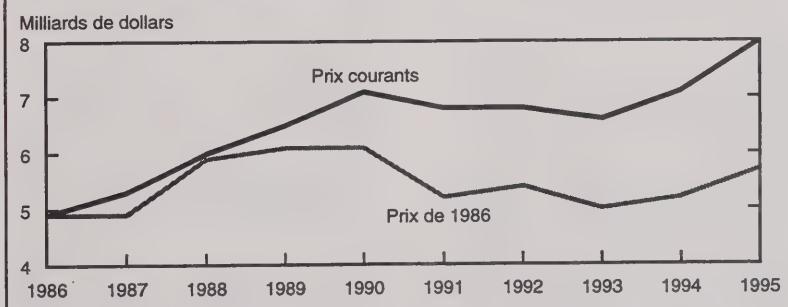
Demande touristique au Canada en 1995, services de transport aérien de passagers, millions de dollars et variation par rapport à 1994

	en prix courants	en prix constants
Demande touristique intérieure	5 975 10,5 %	4 246 7,6 %
Exportations touristiques	2 005 18,0 %	1 420 14,8 %
Demande touristique – Canada	**7 980** **12,3 %**	**5 666** **9,3 %**

Source : Division des comptes nationaux et de l'environnement, Indicateurs nationaux du tourisme, estimations historiques, 1986-1995, numéro 13-220-XPB au catalogue.

Graphique 2

Variation annuelle de la demande touristique au Canada pour le transport aérien de passagers



Source : Division des comptes nationaux et de l'environnement, Indicateurs nationaux du tourisme, estimations historiques, 1986-1995, numéro 13-220-XPB au catalogue.

que les achats des visiteurs puissent s'y avérer importants dans certaines régions. Cette composante du CST n'a pas encore été incorporée dans les INT mais fait partie des plans de développement. La branche des fonderies d'acier fournit un autre exemple d'une branche d'activité non touristique parce qu'elle ne vend pas sa production aux visiteurs.

Offre intérieure

L'offre intérieure de biens et services touristiques se définit comme la production totale au Canada de ces biens et services spécifiques. Elle est établie à partir des recettes tirées des enquêtes auprès des branches d'activité. La consommation locale ou non touristique, par exemple, les repas dans les restaurants par des clients locaux, est incluse dans l'offre intérieure des repas. L'offre intérieure est donc toujours supérieure à la demande touristique.

Les importations ne sont pas incluses. Par exemple, la vente d'un billet d'avion par un transporteur aérien étranger à un résident canadien est exclue du calcul de l'offre de transport aérien de passagers. De plus, l'offre intérieure des INT ne comprend pas les biens et services non touristiques achetés au Canada par des visiteurs. Ces achats qui incluent les produits d'épicerie, l'alcool acheté au magasin, les dépenses avant le voyage et d'autres biens et services, comme les vêtements et les souvenirs, se retrouvent dans le CST. Cette composante du CST fait partie des plans de développement des INT.

De plus, l'offre est établie aux prix du marché. Elle comprend donc les taxes comme la taxe sur les produits et services. Les séries de l'offre sont présentées en millions de dollars courants et constants (aux prix de 1986). Finalement, cette mesure est harmonisée avec les estimations du Système de comptabilité nationale du Canada.

Demande touristique

Les principaux biens et services touristiques produits au Canada et qui sont achetés par les visiteurs avant, pendant et après le voyage constituent la demande touristique. La demande touristique au Canada comprend deux types de dépenses : celles des Canadiens voyageant au Canada et la portion canadienne de leurs voyages à l'étranger (demande touristique intérieure), et celle des non-résidents voyageant au Canada (exportations touristiques).

La demande intérieure comprend non seulement l'achat par un résident canadien d'un billet d'avion d'un transporteur canadien entre Ottawa et Calgary, par exemple, mais aussi celui pour un voyage à l'extérieur du Canada sur un transporteur international canadien. De plus, les biens et services achetés au Canada en vue de voyages à l'extérieur du pays, par exemple, les services des agents de voyage, font aussi partie de la demande intérieure. En contrepartie, les exportations touristiques comprennent aussi des dépenses qui peuvent être effectuées à l'extérieur du Canada, comme l'achat d'un billet d'avion auprès d'un transporteur international canadien, pour un voyage au Canada.

Les INT ne comprennent pas de mesure des biens et services achetés dans d'autres pays par des Canadiens voyageant à l'étranger. Cette composante du CST fait partie des plans de développement des INT.

Les estimations annuelles de la demande touristique totale au Canada sont fondées sur les ratios entre l'offre et la demande, par bien ou service touristique, tirés du CST. Ces ratios correspondent à la part des recettes imputables aux visiteurs pour chaque bien ou service touristique (tableau 1). Ces ratios et les estimations qui en découlent seront modifiés lors des mises à jour du CST.

Tableau 1

Demande touristique en proportion de l'offre, basé sur le CST de 1988

	%
Transport	**42,4**
Transport aérien de passagers	92,1
Transport ferroviaire de passagers	83,8
Transport par autobus interurbain	88,1
Location de véhicules	83,0
Réparations et pièces de véhicules	19,0
Carburant de véhicules	32,4
Autres moyens de transport	22,4
Hébergement	**89,8**
Hôtels	91,4
Motels	95,4
Autres types d'hébergement	75,1
Restauration	**25,6**
Repas, services d'hébergement	51,8
Repas, services de restauration	25,9
Alcool, services d'hébergement	16,2
Alcool, services de restauration	14,7
Repas et alcool, autres services	27,7
Autres biens et services touristiques	**32,7**
Loisirs et spectacles	27,7
Services d'agences de voyages	97,8
Frais de conférence[1]	91,1
Offre totale, biens et services touristiques	**38,8**

[1] *Cette proportion n'a pas été présentée dans le CST de 1988, mais a été utilisée dans les INT.*

Source : Division des comptes nationaux et de l'environnement, Guide des indicateurs du tourisme, numéro 13-594-GPF au catalogue.

Le Compte satellite du tourisme

Le Compte satellite du tourisme est un système d'information structuré permettant de recueillir, classer et relier des statistiques décrivant tous les aspects mesurables du tourisme. Lorsqu'on parle d'aspect mesurable, on inclut par exemple, la dépense encourue lorsqu'un touriste loue une chambre d'hôtel pour la nuit. Autant que possible, les mesures sont conformes aux estimations du système de comptabilité nationale du Canada. Le CST suit les lignes directrices décrites dans la «Proposition en vue de l'établissement d'un compte satellite et d'un système d'information du tourisme», présentées à la Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme en juin 1991 et supportées par la suite par l'Organisation mondiale du tourisme[4].

Le Compte satellite du tourisme permet de mesurer la demande et la production de biens et services touristiques. Les renseignements qu'il renferme permettent d'évaluer pour la première fois, la contribution directe des dépenses touristiques au Produit intérieur brut (PIB) du Canada. Le PIB représente la mesure officielle de l'économie canadienne: il tient compte de la valeur monétaire de tout ce qui est produit au Canada pendant une période déterminée. En 1988, le tourisme représentait 3,0 % du PIB provenant de toute l'activité du secteur des entreprises au Canada, par le biais de biens et services vendus directement aux touristes et aux visiteurs d'un jour. Cet apport est supérieur à celui d'industries primaires comme l'agriculture (2,6 %) et l'exploitation forestière (0,8 %) et se compare avantageusement à un secteur de pointe comme celui des communications (3,3 %) en 1988. De plus, le CST permet maintenant de quantifier le nombre d'emplois qui dépendent du tourisme.

L'apport original du CST consistait à permettre la comparaison avec les autres industries au Canada. Cependant, dû à la complexité du cadre comptable très détaillé que cela nécessite, le CST ne peut être mis à jour qu'à quelques années d'intervalle. Une deuxième année repère, portant sur 1992, devrait paraître en 1997 avec une révision du premier exercice impliquant 1988. Dans l'attente de cette mise à jour, il faut garder en mémoire que les résultats du premier CST demeurent préliminaires et doivent être utilisés avec prudence.

environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs»[4]. Au Canada, de façon générale, cette définition englobe les Canadiens voyageant au Canada à 80 kilomètres ou plus de leur domicile, ceux en voyage à l'extérieur du pays et les non-résidents en voyage au Canada.

Cette définition englobe aussi les voyages à des fins personnelles qui comprennent les visites aux parents ou amis, et ceux effectués pour recevoir des soins de santé, par exemple. Les personnes entreprenant ces activités sont considérées comme des touristes, si elles séjournent au moins une nuit à l'endroit visité, sinon comme des visiteurs d'un jour. Par contre, tous les voyages ne constituent pas du tourisme. Selon cette définition, les voyages pour fins d'étude ou de travail dans un nouvel endroit ainsi que les déplacements des navetteurs, ne constituent pas du tourisme. En sont aussi exclus les migrants, les diplomates et les membres des forces armées en affectation.

Biens et services touristiques

Un bien ou un service est qualifié de touristique si une part significative de sa demande totale au Canada provient des visiteurs ou que sa non disponibilité, comme dans les cas du transport en commun urbain et du stationnement, ferait en sorte que les visiteurs seraient moins enclins à visiter ces lieux. Les biens et services touristiques dont il est question ici sont groupés en agrégats comme suit pour arriver à l'estimation globale:

1. Transport (transport aérien de passagers, transport ferroviaire de passagers, transport interurbain par autobus, location de véhicules, réparations et pièces de véhicules, carburant de véhicules, transport de passagers par eau, transport en commun urbain, taxis, stationnement);
2. Hébergement (services d'hébergement provenant des hôtels, services d'hébergement provenant des motels, l'ensemble des services d'hébergement provenant des cabines pour touristes, des terrains de camping et parcs à roulottes, des pourvoyeurs, des autres camps de vacances);
3. Restauration (repas provenant des services d'hébergement, repas provenant des services de restauration, boissons alcoolisées provenant des services d'hébergement, boissons alcoolisées provenant des services de restauration);
4. Autres biens et services touristiques (loisirs et spectacles, services d'agences de voyages, frais de conférence).

Biens et services non touristiques

Les visiteurs achètent non seulement des biens et services touristiques tels que le transport aérien des passagers et l'hébergement, mais aussi des biens et services non touristiques tels que les vêtements et les produits d'épicerie. Ces achats de biens et services non touristiques ont été pris en compte dans le CST. Bien que présentement exclues, ces estimations font partie des plans de développement des INT.

Branches touristiques

Une branche d'activité[5] rassemble les établissements engagés dans une production analogue, ex. hôtels, restaurants ou compagnies d'aviation. Les INT se concentrent sur les branches d'activité qui sont les principales productrices de biens et services touristiques. De plus, les branches touristiques sont celles qui, en l'absence de tourisme, cesseraient d'exister **ou** continueraient d'exister mais à un niveau d'activité sensiblement réduit. Ces branches touristiques constituent les composantes de l'«industrie du tourisme».

Les agences de voyage répondent au premier critère et dépendent de cette demande touristique pour exister. La branche des services de restauration satisfait aussi au premier critère mais elle continuerait d'exister, à un niveau d'activité réduit, sans la demande touristique.

Branches non touristiques

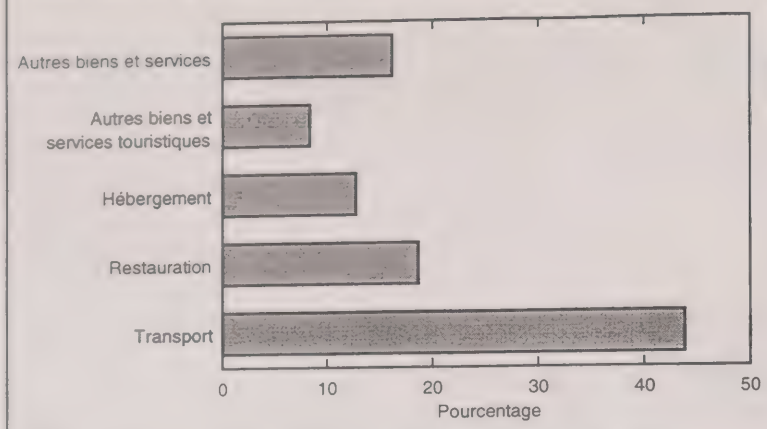
Une branche d'activité est considérée comme branche non touristique lorsque que sa production de biens et services touristiques est faible ou tout simplement si sa production n'est pas vendue à des visiteurs.

Ainsi les magasins de détail sont un exemple de branche non touristique bien

[4] *Nations Unies et Organisation mondiale du tourisme,* ***Recommandations sur les statistiques du tourisme****, New York, 1994.*

[5] *Dans le cadre du CST et des INT, une branche d'activité correspond au concept d'industrie.*

Graphique 1
Répartition de la demande touristique totale au Canada



Source : Division des comptes nationaux et de l'environnement, le Compte satellite du tourisme, série technique numéro 31.

Ce texte a été préparé dans le but d'éclairer les lecteurs d'**Info-voyages** au sujet de l'utilité d'un nouvel outil d'analyse que sont les Indicateurs nationaux du tourisme. Ces estimations, qui mesurent les tendances du tourisme au Canada, seront mises en perspective ici, en tenant compte des concepts et des définitions qui ont servi à leur élaboration.

Les Indicateurs nationaux du tourisme

Bien que le CST ait réussi à mesurer l'importance du tourisme au Canada en 1988, il ne peut produire des données très ponctuelles à cause de sa méthodologie. Pour cette raison, Statistique Canada, appuyée financièrement par la Commission canadienne du tourisme, a élaboré un nouvel ensemble de séries chronologiques afin de palier à cette situation. Ce nouvel ensemble d'estimations, appelé **Indicateurs nationaux du tourisme (INT),** a été publié pour la première fois à la fin de juin 1996[3]. Ce travail de pionnier a servi à produire des estimations ponctuelles, à partir du CST, sur une base trimestrielle et annuelle, de 1986 à ce jour. C'est ainsi que les INT estiment à chaque trimestre les composantes suivantes du CST:

- l'offre intérieure des biens et services touristiques;
- la demande des visiteurs canadiens et non résidents pour ces biens et services touristiques produits au Canada;
- l'emploi généré par le tourisme dans les branches touristiques.

En montrant les tendances des principales composantes de l'offre, de la demande et de l'emploi au titre du tourisme, les INT permettent de suivre de plus près l'évolution trimestrielle et annuelle du tourisme au Canada. Les estimations sont disponibles rapidement, soit deux mois et demi après la période de référence.

Les concepts de base

Tourisme

La définition utilisée est celle de l'Organisation mondiale du tourisme et de la Commission statistique des Nations Unies, et se lit comme suit: «les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur

[3] *Pour l'ensemble des INT, veuillez consulter les publications suivantes:*
***Guide des indicateurs nationaux du tourisme: sources et méthodes**, numéro 13-594-GPF au catalogue.*
***Indicateurs nationaux du tourisme, estimations trimestrielles**, numéro 13-009-XPB au catalogue.*
***Indicateurs nationaux du tourisme, estimations historiques**, numéro 13-220-XPB au catalogue.*

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef: ***Monique Beyrouti***
Téléphone: (613) 951-1673

Assistante: *Carol Moskaluk*
Composition *Francine Simoneau*
Conception graphique: *Rosemarie Andrews*
Imprimerie: *Centre d'impression, Statistique Canada*

Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, ***Info-voyages,*** *3e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Télécopieur: (613) 951-2909. Courrier Internet beyrmon@statcan.ca***

Prix: Canada: 12$ l'exemplaire, 40$ par année
États-Unis: 15$US l'exemplaire, 48$US par année
Autres pays: 17$US l'exemplaire, 56$US par année
Périodicité : trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.
∞

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

N° 87-003-XPB au catalogue

Volume 16, Numéro 1

Info-voyages

Hiver 1997

Les indicateurs nationaux du tourisme : un nouvel outil d'analyse du tourisme au Canada

par Lise Beaulieu-Caron

Depuis plusieurs années, divers intervenants expriment le besoin de la nécessité d'établir une mesure crédible du tourisme au Canada afin de soutenir l'analyse, la planification, la promotion et la gestion dans ce domaine

Une des difficultés inhérentes à cette mesure tient au fait que c'est l'activité du visiteur[1] qui se trouve au centre du tourisme, plutôt qu'une caractéristique intrinsèque au bien ou au service acheté. En effet, les biens et services achetés par les visiteurs proviennent non seulement de l'«industrie du tourisme»mais aussi d'établissements ne faisant pas partie de l'«industrie du tourisme». Par exemple, la nourriture achetée par les visiteurs dans les magasins d'alimentation fait partie de ce qu'on appelle «autres biens et services» (graphique 1). De plus, la clientèle des établissements de l'«industrie du tourisme» ne se compose pas uniquement de visiteurs. Ainsi, un restaurant accueille des clients locaux en plus des visiteurs. Pour estimer la contribution du tourisme à l'économie canadienne, il faut déterminer la part de la production qui est effectivement achetée par les visiteurs.

Pour donner suite à ces besoins de mesure, un processus de consultation auprès des experts et des utilisateurs de données en matière de tourisme, tant au pays qu'à l'étranger, a été mis sur pied. Ce processus a débouché sur la publication en 1994, par Statistique Canada, du premier **Compte satellite du tourisme** (CST), portant sur l'année 1988[2]. Un des aspects important du CST est qu'il permet de faire des comparaisons avec les autres industries au Canada. Cependant, dû à la complexité du cadre comptable très détaillé que cela nécessite, le CST ne peut être mis à jour qu'à quelques années d'intervalle. Une deuxième année repère, portant cette fois sur 1992, devrait paraître en 1997, accompagnée d'une révision se rapportant à 1988. C'est pour combler un besoin de données plus ponctuelles et plus récentes qu'ont été élaborés, à partir du CST, les **Indicateurs nationaux du tourisme**.

[1] *Le terme «visiteur» englobe les touristes et les visiteurs d'un jour.*

[2] *Division des comptes nationaux et de l'environnement, le **Compte satellite du tourisme**, série technique numéro 31.*

Emploi généré par le tourisme en 1995

			'000 de personnes occupées	Variation par rapport à 1994
Total 378	↗	Transport	80	0,2
	→	Hébergement	131	0,7
	→	Restauration	136	4,0
	↘	Autres activités touristiques	31	-0,4

Source : Division des comptes nationaux et de l'environnement, Indicateurs nationaux du tourisme, estimations trimestrielles, numéro 13-009-XPB au catalogue.

Dans ce numéro...

Article

Les indicateurs nationaux du tourisme: Un nouvel outil d'analyse du tourisme au Canada 1

Tendances

Voyages entre le Canada et les autres pays 7

Compte des voyages internationaux 8

Indice des prix des voyages 10

Indicateurs nationaux du tourisme 11

Indicateurs de voyages 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue no. 87-003-XPB

Volume 16, Number 2

Gov
Publications

Travel-log

Spring 1997

The Canada-U.S. "Open Skies" Agreement: Are Canadian Carriers Doing Well?

by François Gendron

François Gendron is a senior analyst with the Tourism Statistics Program.

On February 24, 1995, the governments of Canada and the United States signed the "Open Skies" Agreement allowing both Canadian and American airlines to establish direct links between any pair of cities located on either side of the border. This opening of air space comes within the scope of the general movement towards free trade with our main trading partner and will stimulate competition among North American air carriers for the largest transborder market in the world[1]. The outcome of the agreement on companies' long-term share of the market remains to be seen. The agreement provides for a three-year transition period[2] to allow carriers to adjust to new market conditions. Although all the agreement's provisions have not yet come into effect, changes in the industry are already noticeable.

Since it would be premature to draw conclusions about the impact of the agreement, we will focus first on the effect of the pact on the market share that American and Canadian companies have cornered after a year of "Open Skies". Secondly, we will study the possible impact of the agreement on various stakeholders. This analysis uses data from Statistics Canada's International Travel Survey (ITS).

[1] BALDWIN, Gordon J. and ROBINSON, Ed. "Measuring the Canada-United States Aviation Passenger Market: How High is Up?", in *Transportation Research Forum,* 38th Annual Meeting Proceedings, San Antonio, Texas, 1996.

[2] GOVERNMENT OF CANADA, *Air Transport Agreement between the Government of Canada and the Government of the United States,* Ottawa, 1995.



Farewell, Pierre!

On January 17, *Monsieur Pierre Hubert* bowed out after 34 years of service in the federal Public Service, of which nearly a third were devoted to tourism statistics.

It was in 1964, in the Department of Energy, Mines and Resources, that *Monsieur Hubert* got started in government. This first contact with the world of cartography led him to Statistics Canada's Geography Division where he worked for more than 20 years. Then Pierre agreed to direct the Travel, Tourism and Recreation Section, at a time of great enthusiasm following the work of the National Task Force on Tourism. In 1992, he was also put in charge of the International Travel Section, and he retained these responsibilities until the day he retired.

Over the years, Pierre has, among other things, given his colleagues, collaborators and clients the benefit of his great expertise and his courtesy. With his departure, the sub-division loses an important member. Good luck with your future projects, *Monsieur Hubert*, and happy retirement.

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

University of Toronto

The "Open Skies" Agreement[3]

The pact immediately eliminates most restrictions on air service between the two countries – except for routes linking Vancouver, Toronto and Montreal – as well as the application of slot rules in certain American airports. Under the old agreement, which was substantially unchanged in 20 years, several major American and Canadian cities, including both capitals, were without nonstop service. The agreement restricted most routes to a single carrier from each country and each government had the right to monitor the rate schedules of companies.

The new pact contains specific terms which give U.S. and Canadian carriers unrestricted rights to transborder markets; however, new services to Montreal and Vancouver have been restricted until February 1997, and to Toronto until February 1998. In each of the first two years, the U.S. may add six carriers operating two weekly flights each to Montreal and Vancouver. At Toronto, the U.S. may add two carriers operating two weekly flights each in each of the first two years, and four additional carriers operating two frequencies each in the third year.

Canadian airlines are subject to U.S. slot rules for the four high-density airports. Canadian carriers have received a total of 10 new slots at Chicago O'Hare and 14 at New York La Guardia. During the transition period, slots can be sold only to other Canadian carriers or traded for other times and will not be subject to use-or-lose rules. After the three-year transition period, normal slot rules will apply .

The pact provides open code sharing rights between U.S. and Canadian carriers for flights to all U.S., Canadian and third-country points, provided that they have the underlying authority. For the three-year transitional period, however, code sharing services to Toronto, Montreal and Vancouver may operate only a limited number of weekly flights.

The agreement provides for market-based pricing and the ability to adjust prices for services of countries other than Canada and the U.S.

[3] U.S. DEPARTMENT OF TRANSPORTATION, *Airport Report Express*, Volume 5, No. 17, Washington D.C., February 27, 1995.

In This Issue...

Feature Article

The Canada-U.S. "Open Skies" Agreement: Are Canadian Carriers Doing Well? 1

Trends

Characteristics of International Travellers 9

International Travel Account 10

Travel Price Index 12

National Tourism Indicators 13

Travel Indicators 14

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor-in-Chief: ***Monique Beyrouti***
Tel: (613-951-1673)

Assistant: *Carol Moskaluk*

Composition: *Bilquis Kabir*

Chart Design: *Rosemarie Andrews*

Printing: *Statistics Canada Printing Centre*

Correspondence may be addressed to the Editor-in-chief, ***Travel-log****, 3rd floor, R. H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Fax number 1-613-951-2909. Internet e-mail: beyrmon@statcan.ca.***

All prices exclude sales tax

Price: Canada: $13.00 per issue, $42.00 annually

Outside Canada: US$13.00 per issue, US$42.00 annually

Periodicity: Quarterly ISSN 0713-2840

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 1996. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

Methodology

Data source

There are a number of methodologies and sources of data for measuring passenger air traffic between Canada and the United States. For the purposes of this analysis, we have chosen to use the "border count" method taken from Canada Customs returns. The advantage of this method is that it can be linked with the International Travel Survey (ITS). The ITS gathers information on expenditures and other characteristics of international travellers, by origin and destination. Canadian customs officers distribute questionnaires to a sample of travellers on arrival (non-residents) or on return (Canadians). Data are collected by length of stay and type of transportation.

Universe

For the purposes of this paper, travel between Canada and the United States includes only travel by Canadian and American residents on scheduled or charter flights. Some Canadian and foreign residents pass through the United States to return to or come to Canada. These persons have been excluded since in many cases they are travelling on aircraft operated by foreign companies that are not directly affected by the "Open Skies" agreement. We should also point out that these passengers make up 15.3% of the transborder air travel market and are broken down as shown in Table 1 below.

During their transborder travel, Canadian residents and U.S. residents can use other than Canadian and/or American airlines or coupons that may be exchanged for free travel. This travel has been excluded since it does not produce any revenue for American and Canadian air carriers. In 1995, these trips represented 5.5% of all travel on commercial airlines by Canadian and American residents between Canada and the United States, all lengths of stay included.

In other respects, the total of trips on commercial airlines is used, all lengths of stay included and regardless of the main trip purpose. The ITS will classify an aircraft as commercial when fares have been remitted to an airline.

Variables

Quarterly questionnaire interviews provide a variety of data on passengers, such as the purpose of the trip, activities during the trip and, in particular, expenditures on international transportation by the carrier's country of residence. The paper presented here uses the data on the international component of transportation expenses for return air fares of all Canadian and American travellers who declared having used air travel to enter Canada. The cost of transportation reported may include fees paid to travel agencies, cruise charges and various applicable sales taxes and charges. Since such costs are generally incurred by both Canadian and American carriers, there is no impact on the market share analysis. Lastly, for the purposes of this analysis, international transportation expenses paid to carriers will be considered as revenue to the company or as the amount of their sales on the market under review.

Limitations

More than 90,000 questionnaires were completed by travellers for the ITS in 1995. This particular paper is based on more than 16,000 Canadian and American respondents in 1995, or about 4,000 for each quarter. For more information on the methodology and the definitions used in the ITS, please see the Statistics Canada publication, *International Travel*, catalogue 66-201-XPB.

Table 1

Distribution of Travellers Between Canada and the United States, Direct and Via, by Main Trip Purpose, 1995

	Business		Non-business		Total	
	'000	%	'000	%	'000	%
DIRECT:						
Canadians returning from the United States and Americans visiting Canada	**3,152**	**90.8**	**3,664**	**80.0**	**6,816**	**84.7**
VIA:						
Canadians returning from a foreign country via the United States	105	3.0	362	7.9	467	5.8
Foreign residents entering Canada via the United States	214	6.2	552	12.1	766	9.5
Sub-Total	**319**	**9.2**	**914**	**20.0**	**1,233**	**15.3**
TOTAL:	**3,471**	**100.0**	**4,578**	**100.0**	**8,049**	**100.0**

Source : International Travel Survey

The Largest Transborder Market in the World

According to International Civil Aviation Organization (ICAO) estimates, the transborder air passenger market between Canada and the United States was the largest of its kind in the world in 1994. Indeed, this market leads the group with 10.8 million passengers. The U.S.-Japan and United Kingdom-U.S. markets rank second with 10.7 million passengers each (Chart 1).

The ICAO estimates exclude travellers on regional carriers and only cover scheduled flights of major national carriers. Charter flights between Canada and the U.S., representing around 19% of the air traffic between the two countries in 1994[4] and 15% in 1995, are also excluded.

Travellers...

Canadians Dominate the Market

In 1995, Canadians made up 56.9% of the Canada-U.S. air passenger market and Americans 43.1%. The figures are not all that surprising considering that Canadians visit the U.S. more often than Americans visit Canada.

Table 2 provides a distribution of all Canadian and American travellers covered in this paper, by main purpose of travel, whether for business or other reasons.

It will be noted that there were more Canadian passengers overall. However, it is in the category of non-business travel that Canadians largely dominate the market. In fact, in 1995 more than three out of five people travelling for reasons other than business were Canadians. As for business travel, the number of Canadians was slightly higher than the number of Americans.

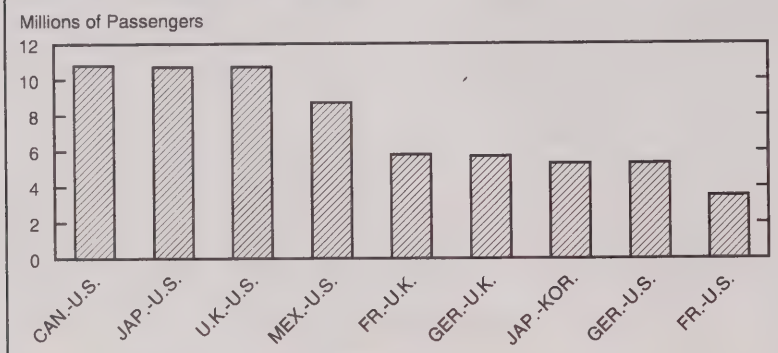
Growth in the Popularity of Air Travel

Although the preferred method of transportation between Canada and the United States is still the automobile, air travel has reached unprecedented levels since the signing of the "Open Skies" bilateral agreement. In 1995 Canadians made 7.0% of their trips, all means of transportation included, to the U.S. by air compared with 6.6% in 1994. For Americans travelling to Canada, 7.4% of the trips were by air in 1995 as compared with 7.1% in 1994.

While the total number of Canadians' trips to the U.S. decreased in 1995 for the fourth consecutive year, air travel increased by 2.6%.

In 1995, the number of trips made by Americans to Canada increased for the third consecutive year, reaching 37.3 million. The sharp increase in travel by Americans in 1995 was stronger in air travel (Chart 2) which recorded a 13.0% increase from the previous year.

Chart 1
Air Passenger Market Between Canada and the United States: One of the Largest in the World



Source: International Civil Aviation Organization, 1994

Table 2
Distribution of Travellers by Main Trip Purpose and Origin, 1995

	Total		Percentage of Total	
			Business	Other
	'000	%	%	%
Canadians returning from the United States	**3,662**	**56.9**	24.9	32.0
Americans travelling to Canada	**2,777**	**43.1**	23.1	20.0
Total	**6,439**	**100.0**	**48.0**	**52.0**

Source: International Travel Survey

Carrier Revenue...

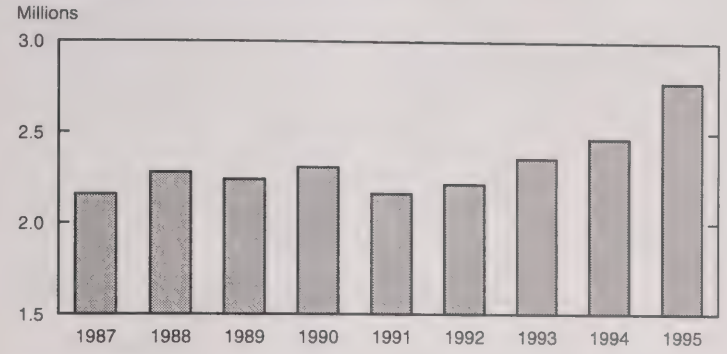
American Carriers Dominate the Market

In 1995, Canadian and American air carriers shared revenue (see Methodology) of close to $3.7 billion. An analysis of this revenue shows that market share did not change very much between 1993 and 1995. Canadian companies earn 39.3% of total sales compared to the 60.7% for American carriers even though Canadian travellers make up the majority of the market group (Table 3). Thus, there is no doubt that American airlines dominated the market for the years under review.

In fact, the only noticeable variation in the Canadian and American market groups is in terms of distribution of travel by main purpose. Table 4 shows that Canadian companies expanded sales for customers travelling mainly for business.

[4] STATISTICS CANADA, Transportation Division, *Air Passenger Origin and Destination,* catalogue no. 51-205-XPB, Ottawa, November 1995.

Chart 2
In 1995, the Number of Trips by Air of Americans to Canada Reached an Unprecedented Level



Source: International Travel Survey

Table 3
Revenue Shares of Air Carriers, 1993 to 1995

	1993		1994		1995	
	Revenue $ '000,000	Share %	Revenue $ '000,000	Share %	Revenue $ '000,000	Share %
Canadian Carriers	1,210	**39.3**	1,349	**38.7**	1,449	**39.1**
American Carriers	1,866	**60.7**	2,140	**61.3**	2,261	**60.9**
Total	**3,076**	**100.0**	**3,489**	**100.0**	**3,710**	**100.0**

Source: International Travel Survey

Table 4
Revenue Shares of Airline Carriers, 1993 to 1995

	1993		1994		1995	
	Revenue $ '000,000	Share %	Revenue $ '000,000	Share %	Revenue $ '000,000	Share %
Canadian Carriers						
Business	484	**15.7**	586	**16.8**	676	**18.2**
Non-business	726	**23.6**	763	**21.9**	773	**20.8**
Total	**1,210**	**39.3**	**1,349**	**38.7**	**1,449**	**39.1**
American Carriers						
Business	1,177	**38.3**	1,383	**39.6**	1,432	**38.6**
Non-business	689	**22.4**	757	**21.7**	829	**22.3**
Total	**1,866**	**60.7**	**2,140**	**61.3**	**2,261**	**60.9**
Total						
Business	1,662	**54.0**	1,969	**56.4**	2,108	**56.8**
Non-business	1,414	**46.0**	1,520	**43.6**	1,602	**43.2**
Total	**3,076**	**100.0**	**3,489**	**100.0**	**3,710**	**100.0**

Source: International Travel Survey

The stability in revenue distribution between 1993 and 1995 for Canadian and American companies might lead one to conclude that the agreement has had little effect upon distribution. A glance at some recent quarterly data, however, reveals interesting developments.

Important Gains for Canadian Carriers in the First Half of 1996

Since the ITS results are not yet available for all of 1996, the analysis will be limited to the first two quarters of the year, comparing them to the corresponding quarters of 1995. The quarterly data highlight a new trend that is more favourable to Canadian companies. While variations in carrier revenue shares are scarcely a percentage point higher when 1995 quarters are compared to the previous year, the results for the first two quarters of 1996 are impressive. In the first quarter of 1996, Canadian carriers secured 52% (table 5) of revenue originating from international fares paid for air travel between Canada and the United States. Moreover, preliminary results for the second quarter of 1996 show that the share of Canadian companies stood at 42% compared to 35% a year earlier. Although American carriers dominate the market, we can see that Canadian carriers are experiencing a share increase, at least during the first two quarters of 1996. If this trend were to continue through the rest of 1996, the revenue share for Canadian companies could certainly be higher than the 39% observed annually from 1993 to 1995.

Distribution of Carrier Revenue Shares by Main Trip Purpose

Chart 3 breaks down Canadian carrier revenue by main trip purpose as reported by the traveller. This reveals that revenue from travel mainly for business purposes grew significantly beginning in the second quarter of 1995. However, these gains were offset by a decrease in revenue from non-business travel. The overall picture shows no perceptible change for 1995. Indeed, it is only in the first quarter of 1996 that an increase is observed in revenue shares for Canadian companies, the result of simultaneous increases in

Table 5
Distribution of Air Carrier Revenue Shares, by Quarter

	1995 Quarter				1996 Quarter	
	I	II	III	IV	I	II
	%				%	
Canadian Carriers						
Business	18	18	18	20	19	23
Non-business	29	17	16	21	33	19
Total	**47**	**35**	**34**	**41**	**52**	**42**
American Carriers						
Business	37	44	35	38	30	36
Non-business	16	21	31	21	18	22
Total	**53**	**65**	**66**	**59**	**48**	**58**
Total						
Business	55	61	53	58	49	59
Non-business	45	39	47	42	51	41
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Source: International Travel Survey

business and non-business travel. This trend continued in the next quarter. Indeed, the second quarter of 1996 sees Canadian companies consolidating their position in terms of the share of the number of travellers they served, experiencing an unprecedented increase (10.1%) in business travel over the same quarter a year earlier. Canadian companies will, therefore, close the second quarter of 1996 by posting the strongest increase in their revenue share since the start of the review period.

Average Revenues Lower for Canadian Carriers

Quarterly changes in market share may reflect companies' short-term strategies to achieve long-term goals. Thus, changes may arise from changes in average revenue per traveller or yet again from traveller volume.

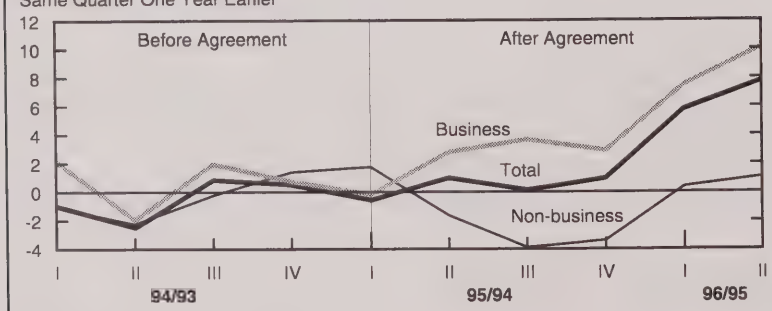
Overall, from 1993 to 1995, Canadian companies attracted about 43% of all American and Canadian travellers and improved their position in the business travel sector at the expense of travel for non-business reasons. However, the fact that Canadian companies captured only 39% of total revenues indicates clearly that they received a lower amount on average for each trip than American companies.

Drop in Average Revenue Following the Signing of the Agreement

From the second quarter of 1995 onward, Canadian companies experienced decreases in the percentage of revenue for non-business travel. This reversal coincides with a drop in average American companies' revenues per traveller (Chart 4). The drop results in part from an increase in the number of routes and the frequency of flights immediately after the signing of the pact[5]. This situation brought about an increase in the number of seats available on aircrafts, pushing American companies initially to lower their prices. It is thus probable that a number of travellers, especially those not travelling mainly for business, were attracted by the lower prices offered by American companies. Since the work schedules of business travellers do not always allow them to meet the conditions attached to reduced-fare flights, they probably did not benefit from the situation as much as other travellers.

Over the following two quarters, that is until the end of 1995, Canadian companies also experienced a decline in average revenue per traveller. This decline occurred just as Air Canada was establishing the majority of its new U.S. routes. Average revenue per traveller did not increase until early 1996, with Canadian companies getting a head start in this area on their American sister companies.

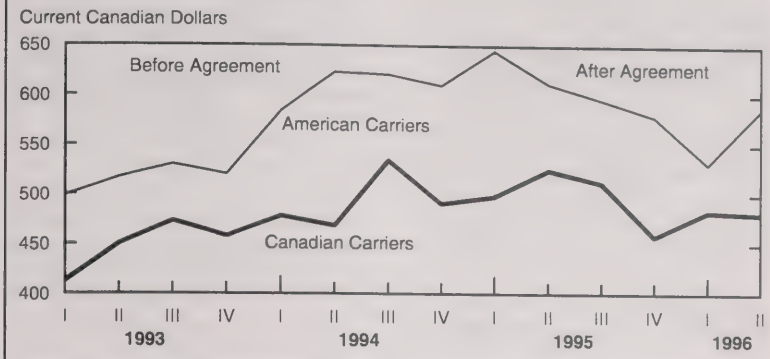
Chart 3
Canadian Carriers Increase Their Market Share in 1996



Source: International Travel Survey

[5] STATISTICS CANADA – AVIATION STATISTICS CENTRE, *Service Bulletin*, Figures 4.3 and 4.4, Ottawa, November 1996.

Chart 4
General Decline in Average Revenue Per Traveller After the Signing of the "Open Skies" Agreement



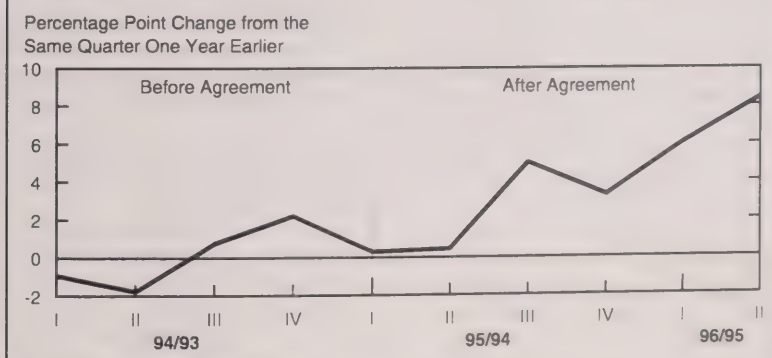
Source: International Travel Survey

More and More Canadians are 'Buying Canadian'

As it was just noted, the "Open Skies" agreement was followed by a general decrease in the prices of air travel between Canada and the United States. Canadian and American travellers did not all benefit from this situation in the same way. In the first quarter of 1996, Canadians made 63% of their purchases from Canadian carriers compared to 57% for the first quarter of 1995. Gains for the second quarter of 1996 amounted to more than 8 percentage points (Chart 5), thus showing that Canadians are increasingly using Canadian carriers.

Canadian companies did not, however, succeed in increasing their sales to American travellers. Their gains in this market were rather weak even after the introduction of their new routes. American travellers used American companies proportionately more throughout most of 1995. It is not until the first quarter of 1996 that an upturn is evident in Americans buying from Canadian companies. The share of American market sales held by Canadian companies amounted to 28% compared to 24% a year earlier, a 4% gain. The second quarter of 1996 resulted in an equal gain of 4% (Chart 6).

Chart 5
Canadians Increasingly Using Canadian Carriers Since the Signing of the Agreement



Source: International Travel Survey

Who Benefits from the Outcome of the Pact?

Travellers...

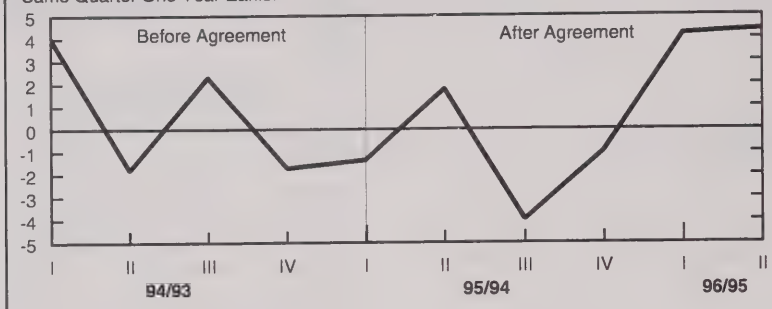
It has been shown that Canadian as well as American travellers are benefitting from the general lowering of prices after the signing of the agreement. As is the case in other sectors of the economy, the low prices may only last a short time, at least until the major players in the market have decided on their long-term policy. Moreover, strategies of companies in the transborder travel market may have an impact on pricing policies in other markets, for example the domestic market. Research at Statistics Canada's Aviation Statistics Centre has shown that the average price of domestic travel, especially connecting smaller cities, has increased much more quickly than international travel. A study dealing with the trends of scheduled air travel fares in Canada[6] tells us, moreover, that the advantages to consumers depend more often than not on the supply of available airline seats. Thus, once companies have adjusted the frequency of flights on each of their routes in relation to their market group, some price stabilization is to be expected.

Carriers...

Changes in market share and fare levels about which we have previously spoken are short-term changes. Large airlines often adopt a longer-term strategy. This is the case, for example, when they place

[6] TRANSPORT CANADA, *Interim Report on the "Open Skies" Agreement*, Ottawa, March 28, 1996. Between the signing of the agreement and this date, 23 new routes had been established by Canadian carriers and 46 by American carriers. In addition, 33 Canadian charter flight routes were now being served by scheduled flights. See also figures 4.3 and 4.4 of the Aviation Statistics Centre's *Service Bulletin* of November 1996.

Chart 6
Americans Increasingly Used Canadian Carriers in 1996



Source: International Travel Survey

orders for aircraft with delivery schedules that can stretch over several years. Some companies may also put on pressure to lower prices over shorter or longer periods with a view to attracting a greater market share. When their objectives are met, they readjust their prices in terms of market conditions and the losses they have incurred. It should also be noted that competition between various companies in the marketplace may lead to substantial losses in profit for others. Lower prices lead to lower revenue and operating costs must be reduced accordingly. If a company does not manage to lower its costs and cannot bear repeated losses, it has to enter into alliances, restructure or declare bankruptcy. It is important to remember that the airline industry in Canada accounted for 50,000 jobs in 1995.[7]

Finally, due notice should be taken of the fact that the conditions of the agreement place restrictions on American air companies concerning their access to the three largest Canadian airports (Montreal, Vancouver and Toronto). Although the pact allows existing routes to be maintained and new ones to be created to these airports, the number of routes and frequency of flights are limited during the transition phase of the agreement. It will not be until the complete lifting of these restrictions in 1998 that we will be able to draw more definitive conclusions on the actual impact of the agreement on various air companies.

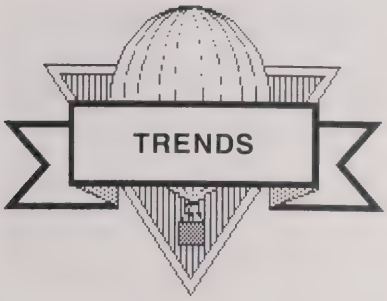
Travellers Abroad...

Lastly, it should be emphasized that by allowing new routes between any pair of Canadian and American cities, the "Open Skies" agreement is indirectly facilitating access to the large international hubs of the American Northeast and the Pacific. A Canadian travelling abroad or a resident of a country other than the United States who wishes to visit Canada, may now choose an itinerary that crosses the U.S. without having to suffer the inconvenience of multiple connections as was the case before the agreement was signed. These travellers may also be attracted by more tempting prices on busier routes like New York-Paris or San Francisco-Tokyo. Although this segment of air traffic has not been covered in this paper, it could be that the signing of the "Open Skies" agreement partly explains the fact that business travellers on overseas trips are increasingly passing through the U.S. to get to Canada. The proportion of business travellers passing through the U.S. on their overseas trips (28% of overseas travellers in 1995) has increased since the second quarter of 1995. This segment of Canada-U.S. transborder traffic accounts for almost 15% of the total (see Table 1). While Canada is also developing its turnstile markets, as is the case in Vancouver for flights to Asia, there is a possibility that a considerable portion of the air travel market will shift to the south.

Conclusion

What can be learned from this analysis a year after the signing of the "Open Skies" agreement between Canada and the United States is that air traffic has increased between both countries, thus consolidating this market as the largest in the world. The general decrease in prices that followed the signing of the agreement benefitted the travelling public and undoubtedly helped increase the economic balance sheet for the Canadian tourism industry. Although Canadian companies seemed to gain ground in the sales and passenger markets, it is still too soon to know if they can face stiff competition from the big North American carriers in this market of over $3.7 billion. Only after restrictions have been completely lifted from American carrier routes at the three largest airports will it be known whether Canadian companies are doing well under the agreement!

[7] STATISTICS CANADA, *Canadian civil aviation, 1995*, catalogue no. 51-206, Ottawa, December 1996.



Characteristics of International Travellers

Third Quarter 1996

Canadian travellers spent 46 million nights in other countries in the third quarter of 1996, up 2.8% from the previous summer. This was the first increase since the third quarter of 1991, when they stayed a record 53 million nights outside Canada. That summer, when the Canadian dollar was worth US$0.87, overnight trips abroad by Canadians peaked at 7.8 million, compared with 6.1 million during the summer of 1996.

Note to readers

Summer is the third quarter of the year, (i.e., July, August and September).

Data are not seasonally adjusted. Comparisons are made to the third quarter of previous years.

The decrease in the duration of trips overseas over the same period was even greater. During the summer of 1986, Canadians spent an average of 26 nights overseas as opposed to 22 nights in 1996.

Canadians Stayed Closer to Home When Travelling in the United States Last Summer

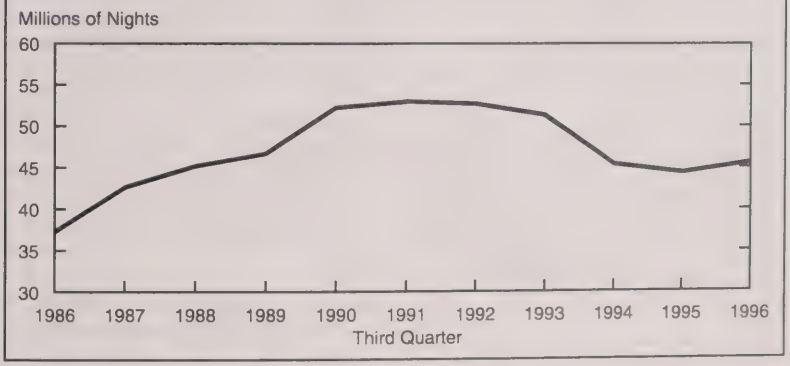
During the summer months, Canadians travelling in the United States chose to stay closer to their home province. In the third quarter of 1996, nine of the ten states bordering Canada were among those most visited by Canadians for at least one night.

Almost 21% of overnight trips by Canadians to the United States (1.1 million) included a visit of one or more nights to New York State. Ontarians made more than 675,000 visits of at least one night to the neighbouring state of New York, twice as many as the residents of Quebec (336,000).

Meanwhile, an overnight stay in Washington State was on the itinerary of one in seven overnight trips Canadians made to the United States last summer.

British Columbians made 612,000 of those 742,000 trips to the United States.

Canadians Spend Fewer Nights Abroad Than in the Early 1990's



Ten Most Visited States by Canadians

Summer 1996

	Number of One or More Nights Visits
	'000
New York	1,064
Washington	742
Michigan	487
Maine	445
Vermont	333
Montana	269
Minnesota	254
Massachusetts	236
New Hampshire	225
North Dakota	218

	Number of Nights
	'000
New York	2,837
Washington	2,270
Florida	2,191
Michigan	1,513
California	1,489
Maine	1,451
Massachusetts	1,015
Vermont	975
Montana	779
New Jersey	752

Over the last ten years, the length of one or more nights trips by Canadians outside the country during the summer has shortened. In 1996, one or more nights trips to the United States averaged 4.9 nights, compared with almost 5.5 nights in 1986.

Although Canadians made numerous overnight visits to bordering states, their stays were short (2.9 nights on average). In contrast, while Florida was 13th with 213,000 overnight summer visits, Canadians spent the 3rd largest number of nights there than in any other state.

Canadians Made Fewer Trips Overseas Than to the United States but Stayed Longer

Canadians make fewer trips overseas than to the United States, mostly because of the greater distance and higher costs involved. In the summer of 1996, only 15% of the 6.1 million overnight trips Canadians made outside the country were to overseas destinations.

However, Canadians' overseas trips are longer than their overnight trips south of the border. During the summer of 1996, 94% of all trips overseas lasted at least one week, compared with 25% of all overnight trips to the United States. Overall, Canadian travellers spent 44% of their nights outside Canada in countries other than the United States during the summer of 1996.

Europe was by far the continent where Canadians spent most of their nights overseas (65%). The most popular country with Canadians (other than the United States) remained the United Kingdom. Canadians made 284,000 overnight visits to that country, the same number as during the previous summer. Overnight visits to France, which ranked second with 178,000, increased by 15% over the same period.

20% in 1993 and 18% in 1994. But in 1995 (the most recent year for which the current account is available), that proportion jumped to 27%, as the current account deficit was halved to $11 billion, from $22 billion in 1994.

In 1996, spending by Canadians travelling abroad was fuelled by an increase in overnight trips. Spending jumped 8.6% from the previous year, to an unprecedented $15.2 billion.

Foreign travellers made a record number of trips to Canada in 1996 and spent $12.0 billion, up 9.3% from 1995.

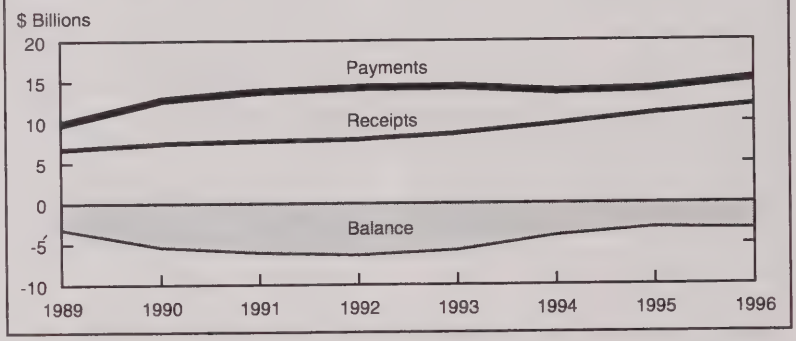
Note to readers

Unless otherwise stated, quarterly data used are seasonally adjusted. Amounts are in Canadian dollars and not adjusted for inflation.

Receipts represent spending by foreigners travelling in Canada, including education-related and medical-related spending. Payments represent spending by Canadians travelling abroad, including education-related and medical-related spending.

Overseas countries are countries other than the United States.

Canada's International Travel Account Deficit Up for the First Time in Four Years



International Travel Account

Year 1996 and Fourth Quarter 1996 (preliminary)

For the first time in four years, the international travel account deficit was up in 1996. Driven by increased spending by Canadians in the United States, the deficit rose to $3.2 billion, 6.0% higher than in 1995.

The international travel account deficit peaked at $6.4 billion in 1992, when the Canadian dollar averaged US$0.83 (it was a dime less in 1996). At the time, that amount represented 25% of the current account deficit. It dropped to

Record Surplus in Travel Account Between Canada and Overseas Countries

Receipts from overseas visitors exceeded payments by Canadians in overseas countries again in 1996. This surplus in the travel account between Canada and countries other than the United States reached a new high of $271 million.

Residents of overseas countries spent a record $5.5 billion in Canada in 1996, 11.1% more than in 1995. It was the third consecutive double-digit annual increase in receipts from overseas.

Overseas visitors have increasingly benefitted the Canadian economy. Spending by overseas visitors to Canada has more than doubled since 1989, when it represented 38% of Canada's international travel receipts, to reach 46% in 1996.

Meanwhile, Canadians are increasingly travelling to countries other than the United States. The amount spent overseas by Canadian travellers in 1996 ($5.3 billion) was the highest on record.

Gap Between Payments to the United States and Receipts from Americans Grows

In 1996, Canadians travelling in the United States continued to outspend Americans visiting Canada. Spending by Canadian travellers in the United States jumped 9.6% from 1995 while spending

by American travellers in Canada rose 7.8%.

The net result was a larger gap between receipts from American visitors ($6.5 billion) and payments by Canadian travellers to the United States ($10.0 billion). Canada's travel account deficit with the United States was up 12.9%, to $3.5 billion.

Fourth Quarter of 1996

In the fourth quarter of 1996, receipts in the international travel account rose to a new high of $3.1 billion. Meanwhile, spending abroad by Canadians was down slightly (0.7%) to $3.8 billion. The resulting $728 million difference between receipts and payments – the international travel account deficit – was 17.5% smaller than the deficit during the previous quarter.

Spending by American visitors to Canada was up marginally in the fourth quarter (0.7%), to $1.6 billion, while Canadian travellers reduced their spending in the United States by 1.5% to $2.5 billion. This brought the travel account deficit with the United States down to $887 million, a 5.3% improvement from the previous quarter.

Meanwhile, for the third consecutive quarter, overseas visitors spent more in Canada than Canadians travelling in countries other than the United States. The receipts of $1.5 billion were 8.4% higher than the previous quarter and the payments of $1.3 billion, 0.8% higher. This surplus in the travel account between Canada and overseas countries rose to a new high of $159 million in the fourth quarter of 1996.

International Travel Account Receipts and Payments

	Fourth Quarter 1995	First Quarter 1996[r]	Second Quarter 1996[r]	Third Quarter 1996[r]	Fourth Quarter 1996[p]	1995	1996
				Seasonally Adjusted[1] $ Millions			
United States							
Receipts	1,536	1,656	1,644	1,586	1,597	6,013	6,483
Payments	2,375	2,591	2,369	2,522	2,484	9,099	9,968
Balance	-839	-935	-726	-937	-887	-3,086	-3,485
All other countries							
Receipts	1,360	1,294	1,378	1,373	1,489	4,984	5,535
Payments	1,222	1,321	1,293	1,319	1,330	4,929	5,263
Balance	138	-27	85	54	159	55	271
Total, all countries							
Receipts	2,896	2,950	3,022	2,959	3,087	10,997	12,017
Payments	3,597	3,912	3,663	3,841	3,815	14,028	15,231
Balance	-701	-962	-641	-882	-728	-3,031	-3,214

	Fourth Quarter 1995	First Quarter 1996[r]	Second Quarter 1996[r]	Third Quarter 1996[r]	Fourth Quarter 1996[p]	1995	1996
				Unadjusted[1] $ Millions			
United States							
Receipts	1,035	859	1,699	2,843	1,082	6,013	6,483
Payments	1,909	2,985	2,581	2,404	1,998	9,099	9,968
Balance	-874	-2,126	-882	439	-916	-3,086	-3,485
All other countries							
Receipts	976	848	1,404	2,213	1,068	4,984	5,535
Payments	1,084	1,414	1,219	1,460	1,171	4,929	5,263
Balance	-108	-566	185	753	-103	55	271
Total, all countries							
Receipts	2,011	1,707	3,103	5,056	2,150	10,997	12,017
Payments	2,993	4,399	3,800	3,864	3,169	14,028	15,231
Balance	-982	-2,692	-697	1,192	-1,019	-3,031	-3,214

[1] *Data may not add to totals due to rounding.*
[r] *Revised figures.*
[p] *Preliminary figures.*

Travel Price Index

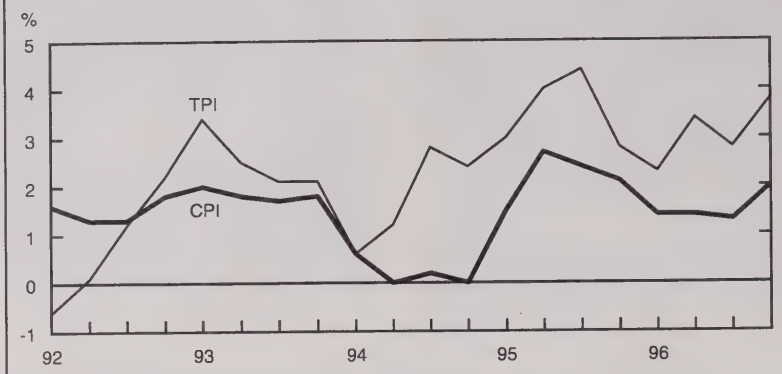
Year 1996 and Fourth Quarter 1996

Note to users

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of goods and services used by travellers in Canada. Price movements are drawn from the detailed Consumer Price Index (CPI) series.

A technical report on the Travel Price Index is available from the Tourism Statistics Program at (613) 951-1673.

Quarterly Percentage Change in TPI and CPI from Preceding Year



Source: Tourism Statistics Program

TPI Increases 3.1% Between 1995 and 1996

The prices for almost all TPI components increased between 1995 and 1996 and the few decreases recorded were too weak to hold back the overall TPI advance. In comparison to the previous year, intercity as well as local and commuter transportation saw the greatest increases, 7.8% and 7.3% respectively. In total, the TPI rose 3.1% between 1995 and 1996.

The Travel Price Index (TPI) and its Components,
(not seasonally adjusted, 1986 = 100)

Components of the TPI	Fourth Quarter 1996	Year 1996	% Change: Third Quarter 1996	% Change: Fourth Quarter 1995	% Change: Year 1996/ 1995
Inter-city transportation	167.4	160.6	2.4	10.9	7.8
Local and commuter transportation	176.5	173.1	0.1	6.1	7.3
Rental and leasing of automotive vehicles	136.2	135.0	0.2	-2.2	1.7
Operation of automotive vehicles	148.6	145.5	3.0	5.6	3.3
Traveller accommodation	132.4	137.6	-18.3	-1.2	1.5
Food	128.8	128.0	0.7	2.5	1.3
Alcoholic beverages	147.8	146.9	0.5	1.7	2.0
Clothing and footwear	131.5	131.3	0.5	0.3	-0.4
Medicinal and pharmaceutical products	152.8	153.0	-0.6	0.4	0.3
Personal care	132.1	131.4	0.7	1.1	0.3
Photographic equipment	108.0	110.4	-2.4	-1.7	0.7
Photographic services and supplies	115.6	116.4	0.3	-2.8	-1.1
Reading materials and other printed matter	172.8	170.1	0.9	4.3	4.6
Tobacco products and smokers' supplies	145.6	143.7	1.4	2.2	2.0
Travel Price Index (TPI)	**146.9**	**145.6**	**-2.1**	**3.8**	**3.1**
Consumer Price Index (CPI)	**136.4**	**135.6**	**0.5**	**1.9**	**1.6**

Sources: The Consumer Price Index, Cat. No. 62-001-XPB; and the Tourism Statistics Program

TPI Up 3.8% Compared to the Same Period Last Year

Compared to the same quarter last year, consumers in the fourth quarter of 1996 saw an increase of 3.8% in the price of goods and services measured by the Travel Price Index. The primary factors influencing this were a 10.9% increase in intercity transportation costs and a 6.1% increase in the costs of local and commuter transportation. The cost of operating automotive vehicles also climbed 5.6%. On the other hand, travellers paid 2.2% less for automotive vehicle rental and leasing fees and 1.2% less for accommodation expenses.

By comparison, in the fourth quarter of 1996, the CPI edged up 1.9% over the same quarter last year.

TPI Down 2.1% Compared to Last Quarter

During the fourth quarter of 1996, the Travel Price Index dropped 2.1% compared to the previous quarter. In comparison, the cost of all goods and services recorded by the Consumer Price Index rose 0.5% in the fourth quarter of 1996 (see Travel Indicators on page 14).

For the most part, the decline in the TPI between the third and fourth quarters of 1996 can be attributed to the 18.3% seasonal dip in the price of accommodation. However, consumers spent 3.0% more to use automotive vehicles and 2.4% more for intercity transportation.

National Tourism Indicators

Third Quarter 1996

Tourism Demand and Employment

In the third quarter of 1996, in terms of 1986 dollars, tourism demand in Canada held steady with respect to the previous quarter. Specifically, despite the decline observed in the three other tourism goods and services sectors, growth in demand for transportation (which accounted for half of all tourism expenditures in the third quarter of 1996) caused overall demand to remain stable.

Furthermore, domestic demand grew by 1.1%, again fuelled by growth in the transportation industry since accommodation expenditures declined by 6.2%.

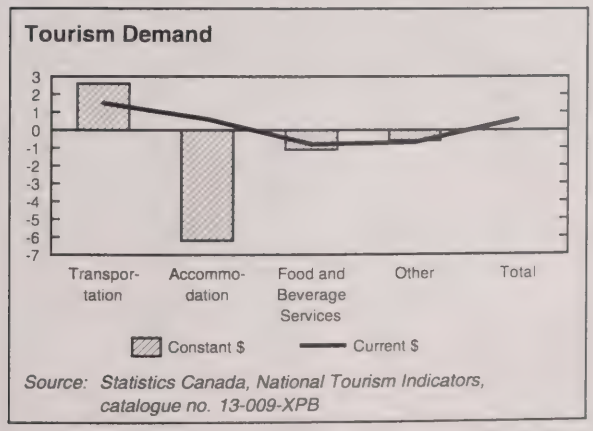
An overall 2.9% decrease in tourism exports reflected declining demand for goods and services produced in all four sectors.

Employment generated by direct sales to visitors in tourism-related industries declined by 1.9% between the second and third quarters of 1996. All sectors experienced a decline, particularly transportation where there was a 3.5% decrease.

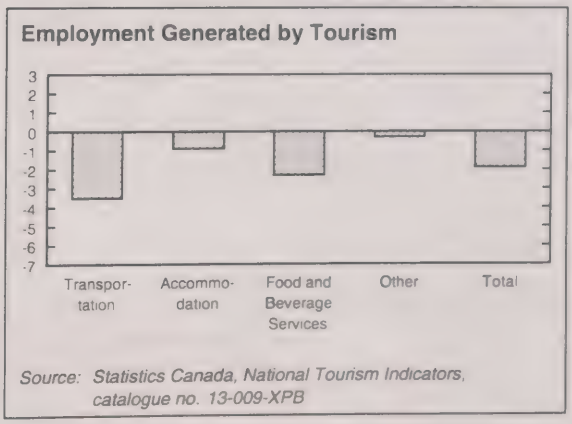
TOURISM DEMAND AND EMPLOYMENT
Seasonally Adjusted, Current and Constant Dollars from 1986
Percent Change, Third Quarter from Previous Quarter of 1996

	Tourism Demand						Employment Generated by Tourism	
	IN CANADA		Domestic		Tourism Exports		TOTAL	
	Change in		Change in		Change in			Change
	Constant $	Current $	Constant $	Current $	Constant $	Current $		
Transportation	**2.6**	**1.5**	3.8	2.6	-1.3	-1.8	Transportation	-3.5
Accommodation	**-6.2**	**0.6**	-6.2	0.7	-6.1	0.2	Accommodation	-0.9
Food & Beverage S.	**-1.1**	**-0.8**	0.1	0.4	-3.6	-3.2	Food & Beverage Services	-2.3
Other	**-0.6**	**-0.7**	0.2	0.2	-2.9	-3.5	Other	-0.3
Total	**0.0**	**0.6**	**1.1**	**1.6**	**-2.9**	**-2.0**	**Total**	-1.9

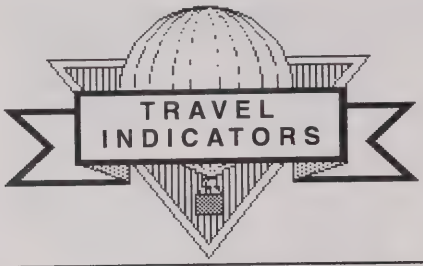
Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, Cat. No. 13-009-XPB.



Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB



Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB



	Fourth Quarter		% Change	Year		% Change
	1995	1996		1995	1996	
VISITORS TO CANADA (000s)						
From United States	7,430	7,697	3.6	37,330	38,471	3.1
Overnight visits	2,120	2,113	-0.3	13,905	12,951	-0.4
- By auto	1,315	1,288	-2.1	8,702	8,325	-4.3
From Overseas	739	806	9.0	4,327	4,785	10.6
Overnight visits	681	743	9.0	3,963	4,420	11.5
Top Seven Countries:						
United Kingdom	111	121	9.5	645	701	8.7
Japan	116	120	3.5	591	650	10.0
France	58	57	-0.8	434	461	6.3
Germany	59	57	-3.6	427	454	6.3
Hong Kong	33	36	10.5	174	201	15.3
South Korea	21	26	26.7	113	159	41.4
Australia	27	27	-0.2	143	150	5.4
CANADIANS OUTSIDE CANADA (000s)						
To United States:	11,827	11,650	-1.5	52,153	52,699	1.0
Overnight visits	2,974	2,960	-0.5	14,662	15,259	4.1
- By auto	1,780	1,676	-5.9	9,686	9,579	-1.1
To Overseas	701	734	4.8	3,543	3,672	3.6
INDUSTRY						
Airline passengers (Level I) (000s)	5,145	5,382	4.6	21,428	23,164	8.1
Airline passenger-km (Level I) (000,000s)	11,840	12,456	5.2	51,798	57,016	10.1
PRICES						
1986 = 100 (not s.a.)						
Travel Price Index	141.5	146.9	3.8	141.2	145.6	3.1
Consumer Price Index	133.9	136.6	2.0	133.5	135.6	1.6
- Restaurant meals	142.8	145.3	1.8	142.0	144.3	1.6
- Inter-city transportation	151.0	167.4	10.9	149.0	160.6	7.8
- Renting and leasing of automotive vehicles	139.3	136.2	-2.2	132.8	135.0	1.7
- Gasoline	120.5	130.3	8.1	122.4	127.9	4.5
ECONOMIC						
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.) (000,000s)	543,084	557,407	2.6	542,004	550,734	1.6
- Amusement and recreation (000,000s)	5,174	5,482	5.9	5,113	5,356	4.8
- Accommodation and food services (000,000s)	11,878	11,981	0.9	11,937	11,916	-0.2
Personal disposable income per capita (s.a.)	17,165	17,134	-0.2	17,182	17,145	-0.2
LABOUR (000s)						
Labour force (s.a.)	14,960	15,248	1.9	14,929	15,147	1.5
Unemployed	1,410	1,514	7.4	1,422	1,468	3.2
Employed	13,550	13,734	1.4	13,508	13,680	1.3
- Accommodation and food services (not s.a.)	858	872	1.6	861	893	3.7
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)						
American Dollar	1.3560	1.3503	-0.4	1.3724	1.3635	-0.7
British Pound	2.1158	2.2119	4.5	2.1664	2.1295	-1.7
Japanese Yen	0.0134	0.0120	-10.5	0.0147	0.0125	-14.6
German Mark	0.9525	0.8822	-7.4	0.9589	0.9066	-5.5
French Franc	0.2753	0.2610	-5.2	0.2754	0.2666	-3.2

(s.a.) seasonally adjusted.



	Quatrième trimestre		Variation en %	Année		Variation en %
	1995	1996		1995	1996	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)						
Des États-Unis	7 430	7 697	3,6	37 330	38 471	3,1
Visites d'une nuit ou plus	2 120	2 113	-0,3	13 005	12 951	-0,4
- Par auto	1 315	1 288	-2,1	8 702	8 325	-4,3
Des pays d'outre-mer	739	806	9,0	4 327	4 785	10,6
Visites d'une nuit ou plus	681	743	9,0	3 963	4 420	11,5
Les sept pays les plus populaires:						
Royaume-Uni	111	121	9,5	645	701	8,7
Japon	116	120	3,5	591	650	10,0
France	58	57	-0,8	434	461	6,3
Allemagne	59	57	-3,6	427	454	6,3
Hong Kong	33	36	10,5	174	201	15,3
Corée du Sud	21	26	26,7	113	159	41,4
Australie	27	27	-0,2	143	150	5,4
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)						
Aux États-Unis:	11 827	11 650	-1,5	52 153	52 699	1,0
Visites d'une nuit ou plus	2 974	2 960	-0,5	14 662	15 259	4,1
- Par auto	1 780	1 676	-5,9	9 686	9 579	-1,1
Outre-mer	701	734	4,8	3 543	3 672	3,6
INDUSTRIE						
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	5 145	5 382	4,6	21 428	23 164	8,1
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	11 840	12 456	5,2	51 798	57 016	10,1
PRIX						
1986 = 100(non dés.)						
Indice des prix des voyages	141,5	146,9	3,8	141,2	145,6	3,1
Indice des prix à la consommation	133,9	136,6	2,0	133,5	135,6	1,6
- Aliments achetés au restaurant	142,8	145,3	1,8	142,0	144,3	1,6
- Transport interurbain	151,0	167,4	10,9	149,0	160,6	7,8
- Location de véhicules automobiles	139,3	136,2	-2,2	132,8	135,0	1,7
- Essence	120,5	130,3	8,1	122,4	127,9	4,5
ÉCONOMIQUE						
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	543 084	557 407	2,6	542 004	550 734	1,6
- Divertissements et loisirs (en millions)	5 174	5 482	5,9	5 113	5 356	4,8
- Hébergement et restauration (en millions)	11 878	11 981	0,9	11 937	11 916	-0,2
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 165	17 134	-0,2	17 182	17 145	-0,2
TRAVAIL (en milliers)						
Population active (dés.)	14 960	15 248	1,9	14 929	15 147	1,5
Chômeurs	1 410	1 514	7,4	1 422	1 468	3,2
Personnes occupées	13 550	13 734	1,4	13 508	13 680	1,3
- Hébergement et restauration (non dés.)	858	872	1,6	861	893	3,7
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)						
Dollar des États-Unis	1,3560	1,3503	-0,4	1,3724	1,3635	-0,7
Livre sterling	2,1158	2,2119	4,5	2,1664	2,1295	-1,7
Yen du Japon	0,0134	0,0120	-10,5	0,0147	0,0125	-14,6
Mark de l'Allemagne	0,9525	0,8822	-7,4	0,9589	0,9066	-5,5
Franc de France	0,2753	0,2610	-5,2	0,2754	0,2666	-3,2

(dés.) désaisonnalisés.

Indicateurs touristiques nationaux

Troisième trimestre 1996

Demande touristique et emploi

Au troisième trimestre de 1996 et en dollars de 1986, la demande touristique au Canada est demeurée stable comparativement au trimestre précédent. En effet, en dépit du recul enregistré dans les trois autres secteurs de biens et services touristiques, une croissance de la demande en transport, qui englobait la moitié de toutes les dépenses touristiques au troisième trimestre de 1996, a créé la stabilité dans la demande totale.

Par ailleurs, la demande intérieure a augmenté de 1,1 %, dû encore une fois à une croissance dans le secteur des transports puisque les dépenses d'hébergement ont reculé de 6,2 %.

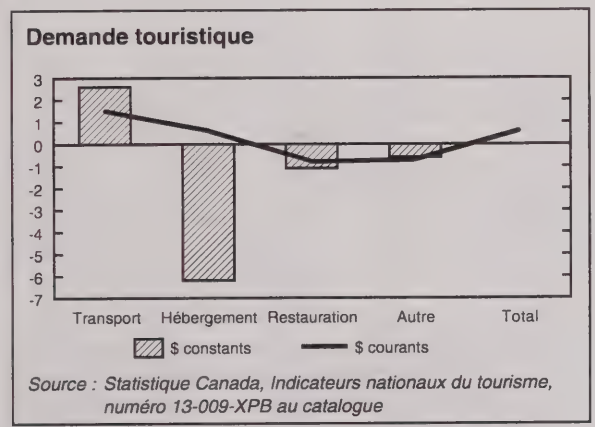
Du côté des exportations touristiques, une réduction globale de 2,9 % réflétait des baisses de la demande en biens et services produits dans les quatre divers secteurs.

L'emploi généré par les ventes directes aux visiteurs dans les branches touristiques s'est affaibli de 1,9 % entre le second et le troisième trimestre de 1996. Tous les secteurs étaient en baisse, particulièrement celui des transports qui a connu une baisse de 3,5 %.

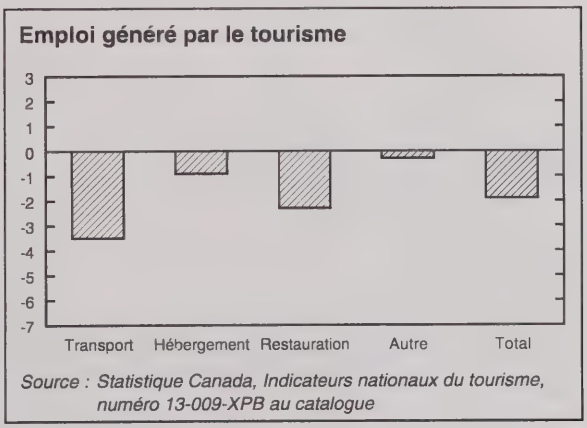
DEMANDE TOURISTIQUE ET EMPLOI
Données désaisonnalisées, dollars courants et constants de 1986
Variation en pourcentage, troisième trimestre de 1996 par rapport au trimestre précédent

	Demande touristique						Emploi généré par le tourisme	
	AU CANADA		Intérieure		Exportations touristiques		TOTAL	
	variation en		variation en		variation en			variation
	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants		
Transport	**2,6**	**1,5**	3,8	2,6	-1,3	-1,8	Transport	**-3,5**
Hébergement	**-6,2**	**0,6**	-6,2	0,7	-6,1	0,2	Hébergement	**-0,9**
Restauration	**-1,1**	**-0,8**	0,1	0,4	-3,6	-3,2	Restauration	**-2,3**
Autre	**-0,6**	**-0,7**	0,2	0,2	-2,9	-3,5	Autre	**-0,3**
Total	**0,0**	**0,6**	**1,1**	**1,6**	**-2,9**	**-2,0**	**Total**	**-1,9**

Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue.



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue

Indice des prix des voyages

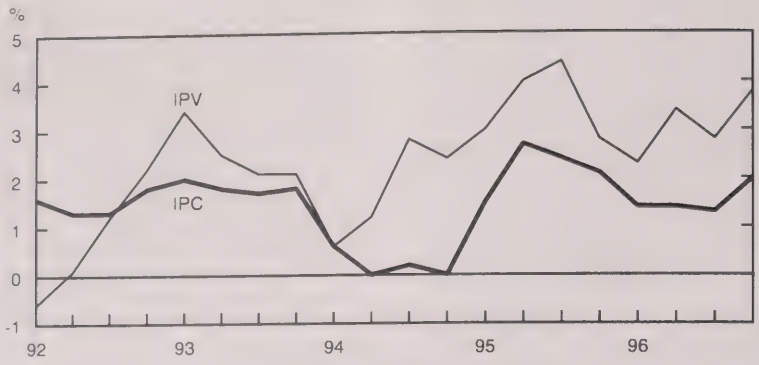
Année 1996 et quatrième trimestre de 1996

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant au Programme de la statistique du tourisme, au (613) 951-1673.

Variation trimestrielle de l'IPV et de l'IPC par rapport à l'année précédente



Source : Programme de la statistique du tourisme

L'IPV progresse de 3,1 % entre 1995 et 1996

Entre 1995 et 1996, les prix de presque toutes les composantes de l'IPV ont augmenté et les rares baisses enregistrées ont été trop faibles pour freiner la progression totale de l'IPV. Le transport interurbain ainsi que le transport local et de banlieue ont connu les plus importantes augmentations de prix par rapport à l'année précédente avec des hausses de 7,8 % et 7,3 % respectivement. Au total, l'IPV a augmenté de 3,1 % entre 1995 et 1996.

L'indice des prix des voyages (IPV) et ses composantes
(non désaisonnalisé, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV	4e Trimestre 1996	Année 1996	Variation en % 3e Trimestre 1996	4e Trimestre 1995	Année 1996/ 1995
Transport interurbain	167,4	160,6	2,4	10,9	7,8
Transport local et de banlieue	176,5	173,1	0,1	6,1	7,3
Location de véhicules automobiles	136,2	135,0	0,2	-2,2	1,7
Utilisation de véhicules automobiles	148,6	145,5	3,0	5,6	3,3
Hébergement de voyageurs	132,4	137,6	-18,3	-1,2	1,5
Aliments	128,8	128,0	0,7	2,5	1,3
Boissons alcoolisées	147,8	146,9	0,5	1,7	2,0
Habillement et chaussures	131,5	131,3	0,5	0,3	-0,4
Médicaments et produits pharmaceutiques	152,8	153,0	-0,6	0,4	0,3
Soins personnels	132,1	131,4	0,7	1,1	0,3
Matériel photographique	108,0	110,4	-2,4	-1,7	0,7
Fournitures et services photographiques	115,6	116,4	0,3	-2,8	-1,1
Matériel de lecture et autres imprimés	172,8	170,1	0,9	4,3	4,6
Produits du tabac et articles pour fumeurs	145,6	143,7	1,4	2,2	2,0
Indice des prix des voyages (IPV)	**146,9**	**145,6**	**-2,1**	**3,8**	**3,1**
Indice des prix à la consommation (IPC)	**136,4**	**135,6**	**0,5**	**1,9**	**1,6**

Sources : L'Indice des prix à la consommation, numéro 62-001-XPB au catalogue et le Programme de la statistique du tourisme

L'IPV avance de 3,8 % par rapport à la même période de l'année dernière

Au quatrième trimestre de 1996, les consommateurs ont connu une majoration de 3,8 % des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix de voyages comparativement au même trimestre de l'année dernière. Cette hausse a été dominée par des augmentations de 10,9 % dans les coûts de transport interurbain et de 6,1 % dans les coûts de transport local et de banlieue. On remarque aussi une progression de 5,6 % dans le coût de l'utilisation de véhicules automobiles. Les voyageurs ont cependant bénéficié d'un repli de 2,2 % dans les frais de location de véhicules automobiles et de 1,2 % dans les frais d'hébergement.

À titre comparatif, l'IPC a avancé de 1,9 % au quatrième trimestre de 1996 par rapport au même trimestre de l'année dernière.

L'IPV recule de 2,1 % par rapport au trimestre précédent

Au cours du quatrième trimestre de 1996, l'Indice des prix des voyages a diminué de 2,1 % par rapport au trimestre précédent. En comparaison, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation a avancé de 0,5 % au quatrième trimestre de 1996 (voir Indicateurs de voyages à la page 14).

Le recul de l'IPV entre le troisième et le quatrième trimestre de 1996 est en grande partie attribuable à la baisse saisonnière du prix de l'hébergement, qui était de l'ordre de 18,3 %. Par ailleurs, les consommateurs ont déboursé 3,0 % de plus pour l'utilisation de véhicules automobiles et 2,4 % de plus pour le transport interurbain.

et les dépenses des Canadiens aux États-Unis (10,0 milliards de dollars). Le déficit au compte des voyages du Canada avec les États-Unis a augmenté de 12,9 %, pour se fixer à 3,5 milliards de dollars.

Quatrième trimestre de 1996

Au quatrième trimestre de 1996, les recettes au compte des voyages internationaux ont atteint un nouveau sommet de 3,1 milliards de dollars. Par ailleurs, les dépenses des Canadiens à l'étranger étaient légèrement à la baisse (0,7 %) et ont atteint 3,8 milliards de dollars. La différence de 728 millions de dollars entre les recettes et les dépenses – le déficit au compte des voyages internationaux – était 17,5 % moins élevé que celui du trimestre précédent.

Les dépenses des visiteurs américains au Canada étaient légèrement en hausse au quatrième trimestre (0,7 %) et atteignait 1,6 milliard de dollars, alors que les voyageurs canadiens ont réduit leurs dépenses aux États-Unis de 1,5 %, à 2,5 milliards de dollars. Le déficit de 887 millions de dollars au compte des voyages avec les États-Unis s'est amélioré de 5,3 % par rapport au niveau du trimestre précédent.

Par ailleurs, pour le troisième trimestre consécutif, les dépenses des visiteurs d'outre-mer étaient plus élevées que celles des Canadiens voyageant dans des pays autres que les États-Unis. Les recettes de 1,5 milliard de dollars étaient 8,4 % plus élevées qu'au trimestre précédent et les dépenses de 1,3 milliard de dollars, 0,8 % plus élevées. Le surplus au compte des voyages entre le Canada et les pays autres que les États-Unis a atteint un nouveau sommet de 159 millions de dollars au quatrième trimestre de 1996.

Recettes et dépenses au compte des voyages internationaux

	4e trimestre 1995	1er trimestre 1996 r	2e trimestre 1996 r	3e trimestre 1996 r	4e trimestre 1996 p	1995	1996
			données désaisonnalisées[1] - millions de $				
États-Unis							
Recettes	1 536	1 656	1 644	1 586	1 597	6 013	6 483
Dépenses	2 375	2 591	2 369	2 522	2 484	9 099	9 968
Solde	-839	-935	-726	-937	-887	-3 086	-3 485
Tous les autres pays							
Recettes	1 360	1 294	1 378	1 373	1 489	4 984	5 535
Dépenses	1 222	1 321	1 293	1,319	1 330	4 929	5 263
Solde	138	-27	85	54	159	55	271
Total							
Recettes	2 896	2 950	3 022	2 959	3 087	10 997	12 017
Dépenses	3 597	3 912	3 663	3 841	3 815	14 028	15 231
Solde	-701	-962	-641	-882	-728	-3 031	-3 214

	4e trimestre 1995	1er trimestre 1996	2e trimestre 1996 r	3e trimestre 1996 r	4e trimestre 1996 p	1995	1996
			données non désaisonnalisées[1] millions de $				
États-Unis							
Recettes	1 035	859	1 699	2 843	1 082	6 013	6 483
Dépenses	1 909	2 985	2 581	2 404	1 998	9 099	9 968
Solde	-874	-2 126	-882	439	-916	-3 086	-3 485
Tous les autres pays							
Recettes	976	848	1 404	2 213	1 068	4 984	5 535
Dépenses	1 084	1 414	1 219	1 460	1 171	4 929	5 263
Solde	-108	-566	185	753	-103	55	271
Total							
Recettes	2 011	1 707	3 103	5 056	2 150	10 997	12 017
Dépenses	2 993	4 399	3 800	3 864	3 169	14 028	15 231
Solde	-982	-2 692	-697	1 192	-1 019	-3 031	-3 214

[1] *Les données peuvent ne pas correspondre aux totaux en raison de l'arrondissement.*
r *Données révisées.*
p *Données provisoires.*

Les Canadiens ont fait moins de voyages outre-mer qu'aux États-Unis, mais ils y sont demeurés plus longtemps

Les Canadiens font moins de voyages outre-mer qu'aux États-Unis, en partie à cause de la grande distance à voyager et des coûts plus élevés. Au troisième trimestre de 1996, seulement 15 % des 6,1 millions de voyages d'une nuit ou plus des Canadiens à l'extérieur du pays étaient vers des destinations outre-mer.

Par contre, les voyages outre-mer des Canadiens sont de plus longue durée que les voyages d'au moins une nuit au sud de la frontière. Au cours de l'été 1996, 94 % de tous les voyages outre-mer avaient une durée d'une semaine ou plus, comparativement à 25 % pour tous les voyages d'au moins une nuit aux États-Unis. Au total, les voyageurs canadiens ont passé 44 % de leurs nuits à l'extérieur du Canada dans des pays autres que les États-Unis au cours de l'été 1996.

L'Europe était de loin le continent où les Canadiens ont passé le plus de nuits lorsqu'ils étaient outre-mer (65 %). Le pays le plus populaire auprès des Canadiens (autre que les États-Unis) est demeuré le Royaume-Uni. Ils y ont fait 284 000 visites d'au moins une nuit, soit le même nombre que l'été précédent. Le nombre de visites d'au moins une nuit en France, qui s'est classée au deuxième rang avec 178 000, a augmenté de 15 % au cours de la même période.

Notes aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données trimestrielles présentées sont désaisonnalisées.

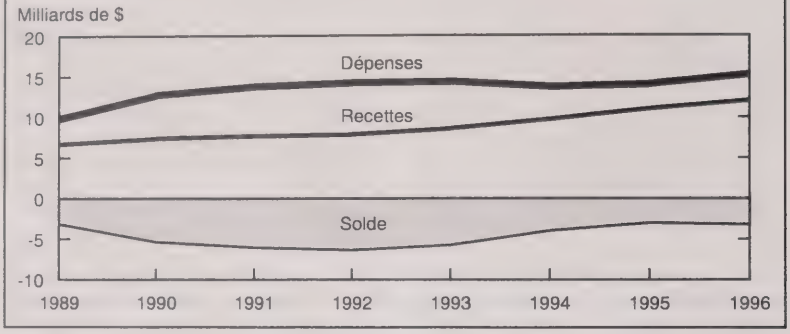
Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas ajustés pour tenir compte de l'inflation.

Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant sur le territoire canadien, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

Les dépenses représentent les dépenses des Canadiens voyageant sur un territoire étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

Les pays d'outre-mer sont les pays autres que les États-Unis.

Le déficit au compte des voyages internationaux du Canada était à la hausse pour la première fois en 4 ans



Compte des voyages internationaux

Annuel 1996 et quatrième trimestre de 1996 (données provisoires)

Pour la première fois en quatre ans, le déficit du compte des voyages internationaux était de nouveau à la hausse en 1996. Poussé par des dépenses accrues des Canadiens aux États-Unis, le déficit a augmenté de 6,0 % par rapport à 1995, pour atteindre 3,2 milliards de dollars.

Le déficit du compte des voyages a culminé en 1992, alors que le dollar canadien valait en moyenne 0,83 $US (il valait dix cents de moins en 1996). À cette époque, il se chiffrait à 6,4 milliards de dollars et représentait 25 % du déficit du compte courant. Il a chuté à 20 % en 1993 et 18 % en 1994. Mais en 1995 (l'année la plus récente pour laquelle le compte courant est disponible), cette proportion a bondi à 27 %, alors que le déficit du compte courant a été réduit de moitié, passant de 22 milliards de dollars en 1994 à 11 milliards de dollars en 1995.

En 1996, les dépenses des Canadiens voyageant à l'étranger ont été stimulées par une augmentation du nombre des voyages d'une nuit ou plus. Les dépenses ont augmenté de 8,6 % par rapport à l'année précédente, pour atteindre un niveau sans précédent de 15,2 milliards de dollars.

Les voyageurs étrangers ont effectué un nombre record de voyages au Canada en 1996 et ils ont dépensé 12,0 milliards de dollars. Ce montant record a dépassé celui de 1995 de 9,3 %.

Un surplus record au compte des voyages entre le Canada et les pays d'outre-mer

Les recettes provenant des visiteurs d'outre-mer ont encore excédé les dépenses des Canadiens dans les pays d'outre-mer en 1996. Ce surplus au compte des voyages entre le Canada et les pays autres que les États-Unis a atteint un nouveau sommet de 271 millions de dollars.

Les résidents de pays d'outre-mer ont dépensé une somme record de 5,5 milliards de dollars au Canada en 1996, 11,1 % de plus qu'en 1995. Il s'agissait de la troisième augmentation annuelle consécutive de plus de 10 % des recettes en provenance d'outre-mer.

L'apport des visiteurs d'outre-mer à l'économie canadienne a gagné en importance au cours des dernières années. Les dépenses par ces visiteurs au Canada ont plus que doublé depuis 1988. Cette année-là, les résidents d'outre-mer généraient 38 % des recettes de voyages internationaux au Canada; en 1996, cette proportion s'est établie à 46 %.

Par ailleurs, les Canadiens voyagent aussi de plus en plus dans des pays autres que les États-Unis. Le montant qu'ils y ont dépensé en 1996 (5,3 milliards de dollars) était le plus élevé à être enregistré à date.

L'écart entre les dépenses aux États-Unis et les recettes provenant des Américains s'est élargi

En 1996, les Canadiens voyageant aux États-Unis ont continué de dépenser plus que les Américains qui ont visité le Canada. Les dépenses des voyageurs canadiens aux États-Unis ont bondi de 9,6 % comparativement à 1995 alors que les dépenses des visiteurs américains au Canada ont augmenté de 7,8 %.

Le résultat net a été un élargissement de l'écart entre les recettes en provenance des Américains (6,5 milliards de dollars)

TENDANCES

Caractéristiques des voyageurs internationaux

Troisième trimestre de 1996

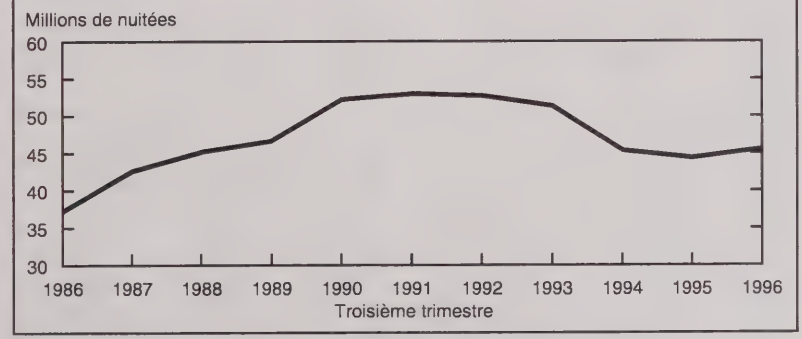
Les Canadiens ont passé un total de 46 millions de nuitées en voyages dans d'autres pays au troisième trimestre de 1996, en hausse de 2,8 % par rapport à l'été précédent. Il s'agissait de la première augmentation depuis le troisième trimestre de 1991, lorsqu'ils sont demeurés 53 millions de nuitées à l'extérieur du Canada. Cet été-là, alors que le dollar canadien valait 0,87 $US, le nombre de voyages d'au moins une nuit des Canadiens à l'extérieur du pays a culminé à 7,8 millions, comparativement à 6,1 millions à l'été 1996.

Note aux lecteurs

Le troisième trimestre correspond aux mois d'été, soit les mois de juillet, d'août et de septembre.

Les données ne sont pas désaisonnalisées. Les comparaisons sont faites avec le troisième trimestre des années précédentes.

Les Canadiens passent moins de nuits à l'étranger qu'au début de la décennie



Au cours des dix dernières années, la durée des voyages d'au moins une nuit que les voyageurs canadiens ont effectué à l'extérieur du pays au cours des mois d'été a diminué. En 1996, les voyages d'une nuit ou plus aux États-Unis ont duré 4,9 nuits en moyenne, comparativement à près de 5,5 nuits en 1986.

La diminution de la durée des voyages outre-mer au cours de la même période a été encore plus grande. En 1986, les voyages outre-mer que les Canadiens ont faits au cours de l'été ont duré en moyenne plus de 26 nuits, alors qu'ils ont duré 22 nuits en 1996.

Les Canadiens sont demeurés plus près de chez eux lors de leurs voyages aux États-Unis l'été dernier

Au cours des mois d'été, les Canadiens voyageant aux États-Unis ont choisi de demeurer plus près de leur province de résidence. Au cours du troisième trimestre de 1996, neuf des dix États limitrophes au Canada étaient parmi ceux que les Canadiens ont le plus visité pour au moins une nuit.

Près de 21 % des voyages des Canadiens d'une nuit ou plus aux États-Unis (1,1 million) ont inclus une visite d'au moins une nuit dans l'État de New York. Les Ontariens ont fait plus de 675 000 visites d'au moins une nuit dans l'État voisin de New York, deux fois plus que les résidents du Québec (336 000).

Par ailleurs, un séjour d'au moins une nuit dans l'État de Washington était sur l'itinéraire d'un voyage sur sept d'une nuit ou plus que les voyageurs canadiens ont fait aux États-Unis. Les résidents de la Colombie-Britannique ont fait 612 000 de ces 742 000 voyages aux États-Unis.

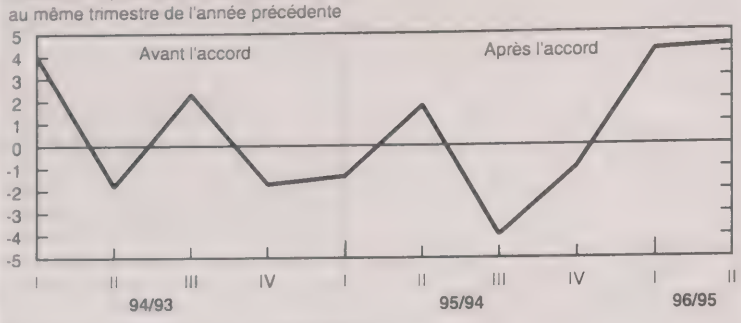
Les dix États les plus visités par les Canadiens
Troisième trimestre de 1996

	Nombre de visites d'au moins une nuit
	(milliers)
New York	1 064
Washington	742
Michigan	487
Maine	445
Vermont	333
Montana	269
Minnesota	254
Massachusetts	236
New Hampshire	225
Dakota du Nord	218
	Nombre de nuitées
	(milliers)
New York	2 837
Washington	2 270
Floride	2 191
Michigan	1 513
Californie	1 489
Maine	1 451
Massachusetts	1 015
Vermont	975
Montana	779
New Jersey	752

Même si les Canadiens ont fait plusieurs visites d'une nuit ou plus dans les États limitrophes, leurs séjours dans ces États avaient une courte durée (2,9 nuits en moyenne). En comparaison, la Floride, la destination hivernale préférée des Canadiens, s'est classée au treizième rang avec 213 000 visites estivales d'au moins une nuit. Par contre, avec une durée moyenne de plus de 10 nuits, les Canadiens ont passé en Floride le troisième plus grand nombre de nuits que dans n'importe quel autre État, durant l'été.

Graphique 6
Les Américains retiennent de plus en plus les services de transporteurs canadiens en 1996

Variation en points de pourcentage par rapport au même trimestre de l'année précédente



Source : Enquête sur les voyages internationaux

régulier au Canada[6] nous informe par ailleurs que les avantages pour les consommateurs sont plus souvent qu'autrement fonction de l'offre de sièges libres sur les avions. Ainsi, lorsque les compagnies auront ajusté la fréquence de leurs vols sur chacune de leurs routes en fonction de la clientèle, on pourra s'attendre à une stabilisation des prix.

Les transporteurs...

Les mouvements dans les parts du marché et le niveau des tarifs dont nous avons parlé précédemment sont des mouvements à court terme. Les grandes compagnies aériennes établissent souvent leur stratégie de marché à plus long terme. C'est le cas par exemple lorsqu'elles placent des commandes pour la construction d'avions avec des calendriers de livraison qui peuvent s'étaler sur plusieurs années. Certaines compagnies peuvent aussi exercer des pressions à la baisse sur les prix durant des périodes plus ou moins longues en vue de s'attirer une plus grande part du marché. Lorsque leurs objectifs sont atteints, elles réajustent leurs prix en fonction des conditions du marché et des pertes qu'elles ont encourues. Il faut noter également que la concurrence entre les différentes compagnies sur le marché peut entraîner des pertes substantielles de profits pour certaines d'entre elles. La baisse des prix entraîne des baisses de revenus et les coûts d'opération doivent être réduits proportionnellement. Si une compagnie ne réussit pas à abaisser ses coûts et ne peut supporter des pertes à répétition, elle devra nouer des alliances, se restructurer ou déclarer faillite. Rappelons que l'industrie du transport aérien générait environ 50 000 emplois au Canada en 1995[7].

Il faut ensuite bien prendre note que, selon les clauses de l'accord, des restrictions ont été imposées aux compagnies américaines quant à leur accès aux trois plus importants aéroports canadiens (Montréal, Vancouver et Toronto). Bien que l'accord permette le maintien des routes existantes et l'établissement de nouvelles sur ces aéroports, le nombre de routes et la fréquence des vols sont limités durant la phase transitoire de l'accord. Ce n'est donc qu'après la levée complète de ces restrictions en 1998 que nous pourrons établir des conclusions plus définitives sur l'impact réel de l'accord pour les différentes compagnies aériennes.

Les voyageurs outre-mer...

Enfin, il faut souligner qu'en permettant l'établissement de nouvelles routes entre n'importe quelle paire de villes au Canada et aux États-Unis, l'accord "Ciels ouverts" facilite indirectement l'accès aux grandes plaques tournantes internationales du nord-est américain et du Pacifique. Ainsi, un Canadien qui envisage un voyage outre-mer, ou encore un résident d'un pays autre que les États-Unis qui désire visiter le Canada, peut maintenant choisir un itinéraire qui croise les États-Unis sans avoir à subir les inconvénients de multiples connexions comme c'était plus souvent le cas avant la signature de l'accord. Ces voyageurs peuvent également être attirés par les prix plus alléchants sur les routes plus achalandées comme New-York-Paris ou San-Francisco-Tokyo. Bien que ce segment du trafic aérien n'ait pas été couvert dans cette étude, il se pourrait que la signature de l'accord "Ciels ouverts" explique en partie le fait que, lors de leurs voyages outre-mer, les voyageurs d'affaires passent de plus en plus par les États-Unis pour entrer au Canada. La proportion des voyageurs d'affaires qui passent par les États-Unis lors de leurs voyages outre-mer (28 % des voyageurs outre-mer en 1995) augmente depuis le deuxième trimestre de 1995. Ce segment du trafic transfrontalier entre le Canada et les États-Unis comptait pour environ 15 % du total (voir Tableau 1). Bien que le Canada développe aussi le marché des plaques tournantes, comme celle de Vancouver pour les vols à destination de l'Asie, il se pourrait bien qu'une portion non négligeable du marché du transport aérien se déplace vers le Sud.

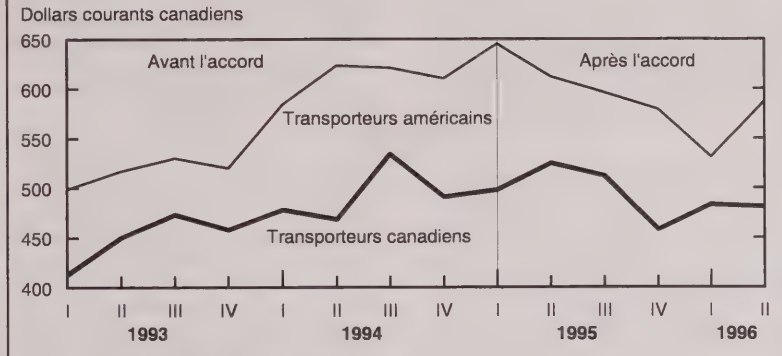
Conclusion

Il faut retenir de cette analyse qu'un an après la signature de l'accord bilatéral "Ciels ouverts" entre le Canada et les États-Unis, le trafic aérien a augmenté entre ces deux pays, consolidant ainsi la place de ce marché comme le plus important au monde. La baisse générale des prix qui a suivi la signature de l'accord a été bénéfique pour le public voyageur et a sans doute contribué à l'expansion des retombées économiques pour l'industrie touristique du Canada. Bien que les compagnies canadiennes semblent gagner du terrain sur le marché des ventes et des voyageurs, il est encore trop tôt pour savoir si celles-ci pourront soutenir la forte concurrence que se livrent les grands transporteurs nord-américains sur ce marché de plus de 3,7 milliards de dollars. Il faudra attendre la levée complète des restrictions imposées aux transporteurs des deux pays avant de savoir de façon définitive si les compagnies canadiennes tirent leur épingle du jeu!

[6] TRANSPORTS CANADA, *Rapport d'étape sur l'entente "Ciels ouverts"*, Ottawa, le 28 mars 1996. À cette date, 23 nouvelles routes avaient été établies par des transporteurs canadiens depuis la signature de l'accord et 46 par les transporteurs américains. En outre, 33 routes canadiennes desservies par des vols nolisés sont désormais exploitées par vols réguliers. Voir aussi, les figures 4.3 et 4.4 du *Bulletin de service* du Centre des statistiques de l'aviation de novembre 1996.

[7] STATISTIQUE CANADA, *Aviation civile canadienne, 1995*, nº 51-206 au catalogue, Ottawa, décembre 1996.

Graphique 4
Baisse générale des recettes moyennes par voyageur après la signature de l'accord "Ciels ouverts"



Source : Enquête sur les voyages internationaux

américaines. Les voyageurs d'affaires n'ont probablement pas tiré profit de la situation autant puisque leurs horaires de travail ne leur permettent pas toujours de rencontrer les conditions attachées aux tarifs réduits sur les avions.

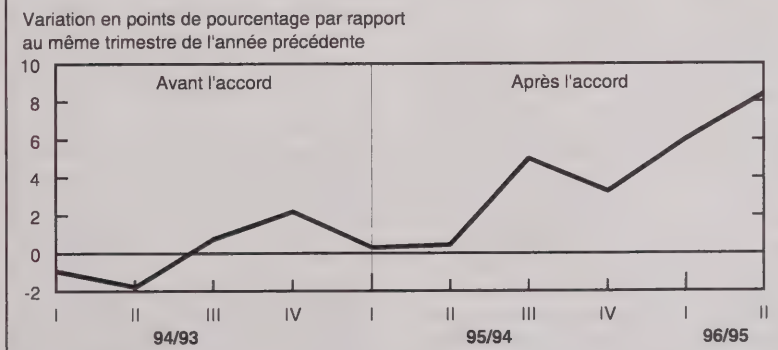
Au cours des deux trimestres suivants, c'est-à-dire jusqu'à la fin de 1995, les compagnies canadiennes ont accusé aussi un recul au chapitre des recettes moyennes par voyageur. Ce recul est survenu au même moment ou Air Canada établissait la majorité de ses nouvelles routes à destination des États-Unis. Il faudra attendre jusqu'au début de 1996 pour constater une hausse des recettes moyennes par voyageur, tout d'abord chez les compagnies canadiennes et ensuite chez leurs consoeurs américaines.

Les Canadiens achètent de plus en plus "canadien"

Comme nous venons de le noter, l'accord "Ciels ouverts" a été suivi d'une baisse générale des prix sur les voyages en avion entre le Canada et les États-Unis. Les voyageurs canadiens et américains n'ont pas tous tiré partie de cette situation de la même façon. Ainsi, au premier trimestre de 1996, les Canadiens avaient effectué 63 % de leurs achats auprès des transporteurs canadiens comparativement à 57 % pour le premier trimestre de 1995. Les gains pour le deuxième trimestre de 1996 se chiffraient à plus de 8 points de pourcentage (graphique 5). C'est donc dire que les Canadiens retiennent de plus en plus les services des transporteurs canadiens.

Les compagnies canadiennes n'ont cependant pas réussi à augmenter leurs ventes auprès des voyageurs américains. En effet, leurs gains sur ce marché ont été plutôt maigres et ce, même après qu'elles aient établi leurs nouvelles routes. Les voyageurs américains ont retenu les services de compagnies américaines dans une plus forte proportion durant la majeure partie de 1995. Il faut attendre jusqu'au premier trimestre de 1996 pour noter une recrudescence des achats par les Américains auprès des compagnies canadiennes. La part du marché américain, au niveau des ventes, détenue alors par les compagnies canadiennes se chiffrait à 28 % comparativement à 24 % un an plus tôt, soit un gain de 4,0 %. Le deuxième trimestre de 1996 s'est aussi soldé par un gain de 4,0 % (graphique 6).

Graphique 5
Les Canadiens retiennent de plus en plus les services de transporteurs canadiens depuis la signature de l'accord



Source : Enquête sur les voyages internationaux

Qui bénéficie des retombées de l'accord?

Les voyageurs...

Nous avons noté que les voyageurs, tant américains que canadiens, bénéficient d'une baisse générale des prix observée après la signature de l'accord. Comme cela se produit dans d'autres secteurs de l'économie, il se pourrait bien que cette baisse des prix ne tienne qu'à court terme, du moins jusqu'au moment où les principaux acteurs sur le marché aient établi leur politique à plus long terme. Qui plus est, les stratégies des compagnies sur le marché transfrontalier des voyages peuvent avoir des incidences sur les politiques de prix qu'elles pratiquent sur d'autres marchés comme le marché domestique, par exemple. Des études du Centre de statistiques de l'aviation de Statistique Canada ont démontré que les prix moyens sur les voyages intérieurs, surtout ceux reliant les villes de moindre importance, ont augmenté bien plus rapidement que ceux de voyages internationaux. Une étude traitant de l'évolution des tarifs du transport aérien

Tableau 5

Répartition des parts de recettes des transporteurs aériens, par trimestre

	1995 Trimestre				1996 Trimestre	
	I	II	III	IV	I	II
	%				%	
Transporteurs canadiens						
Affaires	18	18	18	20	19	23
Autres que affaires	29	17	16	21	33	19
Total	**47**	**35**	**34**	**41**	**52**	**42**
Transporteurs américains						
Affaires	37	44	35	38	30	36
Autres que affaires	16	21	31	21	18	22
Total	**53**	**65**	**66**	**59**	**48**	**58**
Total						
Affaires	55	61	53	58	49	59
Autres que affaires	45	39	47	42	51	41
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Source : Enquête sur les voyages internationaux

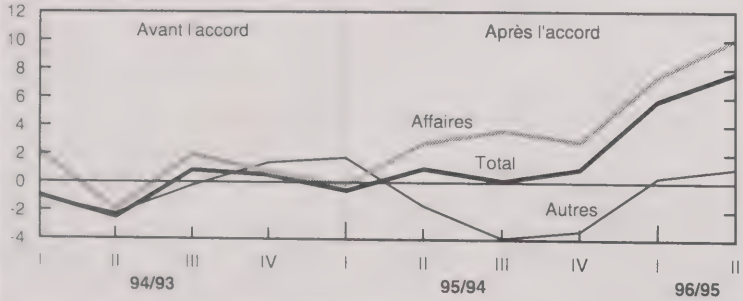
Répartition des parts de recettes des transporteurs selon le principal but du voyage

Le graphique 3 répartit les recettes des transporteurs canadiens selon la principale raison du voyage déclarée par le voyageur. Il en ressort que les recettes pour les voyages dont le principal but était les affaires ont connu une importante croissance et ce, dès le deuxième trimestre de 1995. Cependant, ces gains étaient contrecarrés par une baisse des recettes des voyages effectués pour d'autres motifs que les affaires. Il en résulte un portrait d'ensemble dénué de mouvement perceptible pour 1995. En effet, il faut attendre au premier trimestre de 1996 pour observer une croissance dans les parts de recettes pour les compagnies canadiennes, celle-ci étant générée par des hausses simultanées dans les voyages pour affaires et ceux effectués pour d'autres raisons. Cette tendance s'est poursuivie au trimestre suivant. En effet, durant le deuxième trimestre de 1996, les compagnies canadiennes consolident leur position quant à la part du nombre de voyageurs qu'elles desservent, en enregistrant une hausse sans précédent (10,1 %) au chapitre des voyages d'affaires comparativement au même trimestre un an plut tôt. C'est ainsi que les compagnies canadiennes termineront le deuxième trimestre de 1996 en affichant la plus forte hausse de leur part des recettes enregistrée depuis le début de la période à l'étude.

Graphique 3

Les transporteurs canadiens augmentent leur part du marché en 1996

Variation en points de pourcentage par rapport au même trimestre de l'année précédente



Source : Enquête sur les voyages internationaux

Des recettes en moyenne moins élevées chez les transporteurs canadiens

Les mouvements trimestriels dans les parts de marché peuvent refléter des stratégies à court terme des compagnies en vue de rencontrer des objectifs à plus long terme. Ainsi, des changements peuvent découler de changements au niveau des recettes moyennes par voyageur ou encore au niveau du volume de voyageurs.

Dans l'ensemble, de 1993 à 1995, les compagnies canadiennes attiraient environ 43 % de tous les voyageurs américains et canadiens et amélioraient leur position dans le secteur des voyages d'affaires au détriment des voyages effectués pour des motifs autres que les affaires. Cependant, le fait que les compagnies canadiennes n'accaparent que 39 % des recettes des transporteurs canadiens et américains nous indique clairement qu'en moyenne, elles retiraient un montant moins élevé pour chaque voyageur comparativement aux compagnies américaines.

Chute des recettes moyennes dès la signature de l'accord

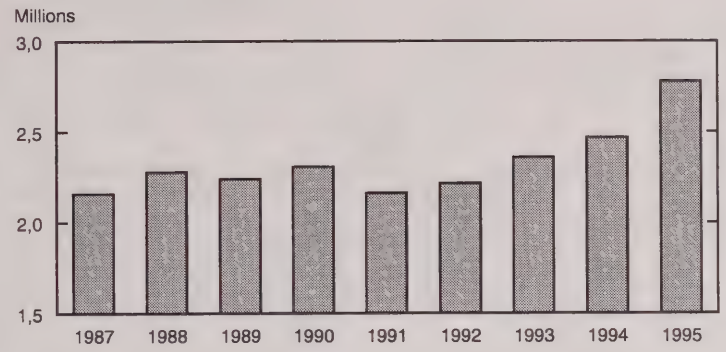
On a vu que, dès le deuxième trimestre de 1995, les compagnies canadiennes enregistraient des baisses du pourcentage de recettes auprès de la clientèle voyageant pour des motifs autres que les affaires.

Ce revirement coïncide avec une chute des recettes moyennes par voyageur chez les transporteurs américains (graphique 4). Cette chute résulte en partie d'une hausse dans le nombre de routes ainsi que dans la fréquence des vols immédiatement après la signature de l'accord[5]. Cette situation a entraîné une hausse du nombre de sièges disponibles sur les avions, ce qui a poussé les compagnies américaines dans un premier temps à baisser leurs prix. Il est donc probable que plusieurs voyageurs, surtout ceux qui ne voyagent pas par affaires, aient été attirés par des prix moindres offerts par les compagnies

[5] CENTRE DES STATISTIQUES DE L'AVIATION, *Bulletin de service,* figures 4.3 et 4.4, Ottawa, novembre 1996.

Graphique 2

En 1995, le nombre de voyages en avion des Américains au Canada atteint un sommet inégalé



Source : Enquête sur les voyages internationaux

Tableau 3

Parts des recettes des transporteurs aériens, 1993 à 1995

	1993		1994		1995	
	Recettes '000,000$	Part %	Recettes '000,000$	Part %	Recettes '000,000$	Part %
Transporteurs canadiens	1 210	**39,3**	1 349	**38,7**	1 449	**39,1**
Transporteurs américains	1 866	**60,7**	2 140	**61,3**	2 261	**60,9**
Total	**3 076**	**100,0**	**3 489**	**100,0**	**3 710**	**100,0**

Source : Enquête sur les voyages internationaux

Tableau 4

Parts des recettes des transporteurs aériens, 1993 à 1995

	1993		1994		1995	
	Recettes '000,000$	Part %	Recettes '000,000$	Part %	Recettes '000,000$	Part %
Transporteurs canadiens						
Affaires	484	**15,7**	586	**16,8**	676	**18,2**
Autres que affaires	726	**23,6**	763	**21,9**	773	**20,8**
Total	**1 210**	**39,3**	**1 349**	**38,7**	**1 449**	**39,1**
Transporteurs américains						
Affaires	1 177	**38,3**	1 383	**39,6**	1 432	**38,6**
Autres que affaires	689	**22,4**	757	**21,7**	829	**22,3**
Total	**1 866**	**60,7**	**2 140**	**61,3**	**2 261**	**60,9**
Total						
Affaires	1 662	**54,0**	1 969	**56,4**	2 108	**56,8**
Autres que affaires	1 414	**46,0**	1 520	**43,6**	1 602	**43,2**
Total	**3 076**	**100,0**	**3 489**	**100,0**	**3 710**	**100,0**

Source : Enquête sur les voyages internationaux

des voyages selon le but principal. Ainsi, le tableau 4 nous indique que les transporteurs canadiens ont accru leurs ventes auprès des clients voyageant principalement pour affaires.

Selon l'examen annuel d'ensemble effectué plus haut, on pourrait conclure que l'accord n'a eu encore aucun effet sur la répartition des recettes entre les compagnies canadiennes et américaines. Cependant, avant de tirer cette conclusion, nous jugeons qu'il est probablement trop tôt pour observer un changement dans les statistiques annuelles. Un regard sur les données trimestrielles nous permet toutefois de déceler des changements à cet égard.

Des gains intéressants pour les transporteurs canadiens au début de 1996

Comme les résultats provenant de l'EVI pour toute l'année 1996 ne sont pas encore disponibles, nous nous limiterons aux deux premiers trimestres de 1996 que nous comparons avec les trimestres correspondants de 1995. Les données trimestrielles mettent en lumière une nouvelle tendance, celle-ci étant plutôt favorable aux compagnies canadiennes. Ainsi, alors que les variations dans les parts de recettes des transporteurs ne s'élevaient guère au-delà d'un point de pourcentage d'un trimestre comparativement au trimestre correspondant de l'année précédente jusqu'à la fin de 1995, les résultats des deux premiers trimestres de 1996 sont impressionnants. Au premier trimestre de 1996, les transporteurs canadiens s'accaparaient 52 % (tableau 5) des recettes provenant des frais de transport international versés par les voyageurs en avion entre le Canada et les États-Unis. De plus, les résultats préliminaires pour le second trimestre de 1996 indiquent que la part des transporteurs canadiens s'élevait à 42 % comparativement à 35 % un an plus tôt. On réalise donc que si les transporteurs américains dominent le marché, les transporteurs canadiens, quant à eux, voient leur part s'accroître, du moins pour ce qui est des deux premiers trimestres de 1996. Si cette tendance devait être observée durant tout le reste de l'année 1996, la part des recettes des compagnies canadiennes s'établirait certainement bien au-delà des 39 % observés à chaque année durant la période allant de 1993 à 1995.

Le plus important marché transfrontalier au monde

Selon les estimations de l'Organisation aérienne civile internationale (OACI), le marché aérien transfrontalier de passagers entre le Canada et les États-Unis était le plus important de ce genre au monde en 1994. En effet, ce marché se classait en tête du peloton avec ses 10,8 millions de passagers. Les marchés entre le Japon et les États-Unis d'une part et, le Royaume-Uni et les États-Unis d'autre part, suivaient avec 10,7 millions de passagers chacun (graphique 1).

Les estimations de l'OACI excluent les passagers sur les vols des transporteurs régionaux et ne couvrent que les vols réguliers des grands transporteurs nationaux. Les vols nolisés entre le Canada et les États-Unis, qui représentaient environ 19 % du trafic aérien entre ces deux pays en 1994[4] et 15 % en 1995, ne sont pas inclus dans les estimations de l'OACI.

Les voyageurs...

Un marché dominé par les voyageurs canadiens

En 1995, le marché aérien des passagers entre le Canada et les États-Unis était constitué à 56,9 % de Canadiens et de 43,1 % d'Américains. Ces chiffres ne sont pas tout à fait surprenant lorsqu'on sait que les Canadiens visitent les États-Unis plus souvent que les Américains ne visitent le Canada.

Le tableau 2 donne une répartition de tous les voyageurs canadiens et américains couverts par notre étude, selon le principal but de leur voyage, que ce soit par affaires ou pour d'autres motifs non reliés aux affaires. On constate qu' au total, les voyageurs canadiens se retrouvent en plus grand nombre. C'est toutefois dans la catégorie des voyages non reliés au travail que les Canadiens dominent largement le marché. En effet, en 1995, plus de trois personnes sur cinq voyageant pour d'autres raisons que pour le travail étaient des Canadiens. Quant aux voyages pour affaires, les Canadiens étaient légèrement plus nombreux que les Américains.

Croissance de la popularité des voyages en avion

Bien que le moyen de transport favori entre le Canada et les États-Unis soit encore l'automobile, il n'en demeure pas moins que, depuis la signature de l'accord bilatéral "Ciels ouverts ", la popularité des voyages en avion a augmenté et ont atteint un niveau sans précédent. Ainsi, en 1995, les Canadiens effectuaient 7,0 % de leurs voyages aux États-Unis, tous modes de transport confondus, en avion comparativement à 6,6 % en 1994. Pour les Américains voyageant au Canada, les voyages en avion représentaient 7,4 % en 1995 contre 7,1 % en 1994.

Alors qu'au total on enregistrait une quatrième baisse annuelle consécutive des voyages des Canadiens vers les États-Unis en 1995, les voyages effectués en avion ont augmenté de 2,6 %.

En 1995, le nombre de voyages des Américains au Canada était en hausse pour la troisième année consécutive, atteignant 37,3 millions. Cet engouement des Américains en 1995 a été encore plus marqué pour les voyages effectués en avion (graphique 2) alors qu'ils enregistraient une augmentation de 13,0 % par rapport à l'année précédente.

Les recettes des transporteurs...

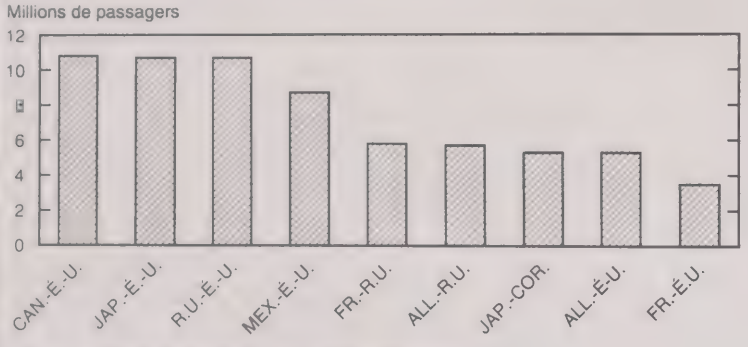
Les transporteurs américains dominent le marché

En 1995, les compagnies aériennes du Canada et des États-Unis se sont partagées des recettes (voir méthodologie) s'élevant à 3,7 milliards de dollars. L'examen de ces recettes démontre que les parts de marché n'ont guère changé de 1993 à 1995. En effet, les transpporteurs canadiens s'accaparent 39,3 % du total des ventes contre 60,7 % (tableau 3) pour les transporteurs américains et ce, en dépit du fait que ce soient les voyageurs canadiens qui constituent la majorité de la clientèle. Il ne fait donc aucun doute que les compagnies d'aviation américaines dominent ce marché en ce qui a trait aux années examinées.

En fait, pour les clientèles canadienne et américaine, la seule variation qu'on remarque se situe au niveau de la répartition

Graphique 1

Le marché des passagers par avion entre le Canada et les États-Unis : un des plus importants au monde



Source : Organisation aérienne civile internationale, 1994

Tableau 2

Répartition des voyageurs selon le principal but du voyage et origine, 1995

	Total		Part du total	
			Affaires	Autres
	'000	%	%	%
Canadiens revenant des États-Unis	**3 662**	**56,9**	24,9	32,0
Américains en voyage au Canada	**2 777**	**43,1**	23,1	20,0
Total	**6 439**	**100,0**	**48,0**	**52,0**

Source : Enquête sur les voyages internationaux

[4] STATISTIQUE CANADA, Division des transport, *Origine et destination des passagers-aériens, Rapport Canada-États-Unis 1995*, nº 51-205-XPB au catalogue, Ottawa, novembre 1995.

Méthodologie

Source de données

Il existe plusieurs méthodes et sources de données pour mesurer le trafic aérien de passagers entre le Canada et les États-Unis. Pour les besoins de cette analyse, nous avons choisi d'utiliser la méthode du "dénombrement à la frontière" effectué à partir de relevés des douanes canadiennes. L'avantage de cette méthode réside sur le fait qu'elle permet de faire le lien avec l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI). L'EVI recueille de l'information sur les dépenses et sur d'autres caractéristiques du voyageur international, par origine et destination. Les agents des douanes canadiennes distribuent les questionnaires à un échantillon de voyageurs à l'arrivée (des non résidents) ou au retour (des Canadiens). Les données sont recueillies par durée de séjour et mode de transport.

Univers couvert

Aux fins de cette étude, les voyages entre le Canada et les États-Unis ne comprennent que les voyages que les résidents canadiens et américains effectuent sur des vols réguliers ou sur des vols nolisés. Un certain nombre de Canadiens et de résidents de pays outre-mer passent via les États-Unis pour rentrer ou venir au Canada. Ceux-ci sont exclus de cette étude puisque dans bien des cas, ils voyagent dans des avions opérés par des compagnies étrangères qui ne sont pas directement touchées par l'accord "Ciels ouverts". Notons aussi que ces voyageurs constituent 15,3 % du marché aérien transfrontalier et ils sont répartis comme suit :

Lors de leurs voyages transfrontaliers, les résidents canadiens ainsi que les résidents des États-Unis peuvent utiliser des lignes de transport autres que canadiennes et/ou américaines ou encore des coupons donnant droit à des voyages sans frais. Ces voyages sont exclus de notre étude puisqu'ils ne procurent aucune recette aux transporteurs aériens américains et canadiens. En 1995, ces voyages représentaient 5,5 % de tous les voyages en avion commercial des résidents canadiens et américains entre le Canada et les États-Unis, toute durée de séjour confondue.

Par ailleurs, nous utilisons la totalité des voyages en avion commercial, toute durée de séjour confondue et quelle que soit la raison principale du voyage. L'EVI classera un avion comme étant commercial lorsque des tarifs ont été versés à une compagnie d'aviation.

Variables à l'étude

Les enquêtes par questionnaire, effectuées sur une base trimestrielle, fournissent diverses informations sur les caractéristiques des voyageurs comme le but de leur voyage, les activités durant le voyage et surtout, les dépenses encourues pour les frais de transport international selon le pays de résidence du transporteur. L'étude présentée ici utilise les données sur la composante internationale des frais de transport pour l'aller et le retour de tous les voyageurs canadiens et américains ayant déclaré avoir utilisé l'avion pour entrer au Canada. Les frais de transport rapportés peuvent inclure les commissions payées à des agences de voyages, les frais de croisière ainsi que les différentes taxes de vente et de transport appplicable. Ces éléments étant inclus de part et d'autre pour les transporteurs américains et canadiens, l'analyse des parts de marché ne s'en trouve pas affectée. Enfin, pour les fins de cette analyse, les frais de transport international versés aux transporteurs seront considérés comme les recettes des compagnies ou encore le montant de leurs ventes sur le marché à l'étude.

Limites

Au total, plus de 90 000 questionnaires ont été remplis par les voyageurs dans le cadre de l'EVI en 1995. En ce qui concerne cette étude en particulier, elle est basée sur plus de 16 000 déclarants canadiens et américains pour 1995, soit environ 4 000 pour chaque trimestre. Pour plus d'information sur la méthodologie et les définitions utilisées dans l'EVI, veuillez consulter la publication *Voyages internationaux*, 66-201-XPB au catalogue, Statistique Canada.

Tableau 1

Répartition des voyageurs entre le Canada et les États-Unis, direct et via, par principal but du voyage, 1995

	Affaires		Autres que affaires		Total	
	'000	%	'000	%	'000	%
DIRECT:						
Canadiens revenant des États-Unis et Américains en visite au Canada	**3 152**	**90,8**	**3 664**	**80,0**	**6 816**	**84,7**
VIA:						
Canadiens revenant d'un pays outre-mer via les États-Unis	105	3,0	362	7,9	467	5,8
Résidents d'outre-mer entrant au Canada via les États-Unis	214	6,2	552	12,1	766	9,5
Sous-Total	**319**	**9,2**	**914**	**20,0**	**1 233**	**15,3**
TOTAL:	**3 471**	**100,0**	**4 578**	**100,0**	**8 049**	**100,0**

Source : Enquête sur les voyages internationaux

L'accord "Ciels ouverts"[1]

L'accord élimine sans délai la plupart des restrictions dont faisait l'objet le service aérien entre les deux pays, exception faite des restrictions touchant des liaisons avec Vancouver, Toronto et Montréal de même que l'application des règles de créneaux dans certains aéroports des États-Unis.

En vertu de l'entente antérieure, qui est demeurée à peu près inchangée pendant vingt ans, plusieurs des principales villes américaines et canadiennes, dont les deux capitales, ne bénéficiaient d'aucun service aérien sans escale. Cette entente limitait à un seul transporteur aérien dans chaque pays l'exploitation de la plupart des liaisons et chaque gouvernement avait un droit de regard sur la structure tarifaire pratiquée par les compagnies.

La nouvelle entente contient des dispositions particulières qui accordent aux transporteurs américains et canadiens des droits absolus sur les marchés transfrontaliers; toutefois, les nouveaux services à destination de Montréal et de Vancouver ont été limités jusqu'en février 1997 tandis que ceux à destination de Toronto le seront jusqu'en février 1998. Au cours de la première et de la deuxième année de l'entente, les États-Unis pouvaient autoriser six nouveaux transporteurs à effectuer deux vols hebdomadaires chacun vers Montréal et Vancouver. Dans le cas de Toronto, les États-Unis pouvaient autoriser deux nouveaux transporteurs à effectuer deux vols hebdomadaires chacun au cours de la première et de la deuxième année et ils pourront autoriser quatre autres transporteurs à exploiter deux services chacun au cours de la troisième année.

Quant aux transporteurs aériens canadiens, ils sont soumis aux règles américaines des créneaux dans les quatre aéroports à circulation intense. Les transporteurs canadiens se sont vus attribuer au total dix nouveaux créneaux à l'aéroport O'Hare de Chicago et quatorze à l'aéroport La Guardia de New York. Pendant la période de transition, ces créneaux pourront être vendus uniquement à d'autres transporteurs canadiens ou échangés contre d'autres créneaux de temps et ne seront pas assujettis aux règles d'invalidation des créneaux inutilisés. Au terme de la période de transition de trois ans, les règles normales régissant les créneaux s'appliqueront.

Enfin, l'accord permet le partage de dénominations entre les transporteurs américains et canadiens pour les vols vers toutes les destinations aux États-Unis, au Canada et dans d'autres pays à condition que les transporteurs soient habilités à cet effet. Au cours de la période de transition de trois ans, cependant, les services à destination de Toronto, de Montréal et de Vancouver faisant l'objet d'un partage de dénominations seront restreints à un nombre limité de vols hebdomadaires.

L'accord prévoit une tarification en fonction du marché et la possibilité d'ajuster les tarifs sur les vols desservant des pays autres que le Canada et les États-Unis.

[1] U.S. DEPARTMENT OF TRANSPORTATION, *Airport Report Express*, Volume 5, No. 17, Washington, D.C., le 27 février 1995.

Dans ce numéro...

Article

L'accord "Ciels ouverts" canado américain : les transporteurs canadiens tirent-ils leur épingle du jeu? 1

Tendances

Caractéristiques des voyages internationaux 9

Compte des voyages internationaux 10

Indice des prix des voyages 12

Indicateurs nationaux du tourisme 13

Indicateurs de voyages 14

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef: ***Monique Beyrouti***
Téléphone: (613) 951-1673

Assistante: *Carol Moskaluk*
Composition *Bilquis Kabir*
Conception graphique: *Rosemarie Andrews*
Imprimerie: *Centre d'impression, Statistique Canada*

Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, ***Info-voyages****, 3e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Télécopieur: (613) 951-2909. Courrier Internet beyrmon@statcan.ca***

Les prix n'incluent pas les taxes de vente

Prix: Canada: 13$ l'exemplaire, 42$ par année
Extérieur du Canada: 13$US l'exemplaire, 42$US par année

Périodicité: trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

N° 87-003-XPB au catalogue

Volume 16, Numéro 2

Info-voyages

Printemps 1997

L'accord "Ciels ouverts" canado américain : les transporteurs canadiens tirent-ils leur épingle du jeu ?

par François Gendron

François Gendron est analyste principal au Programme de la statistique du tourisme.

Le 24 février 1995, les gouvernements du Canada et des États-Unis signaient l'accord "Ciels ouverts" permettant aux compagnies aériennes, tant canadiennes qu'américaines, d'établir des liaisons directes entre n'importe quelle paire de villes sises de part et d'autre de la frontière. Cette ouverture de l'espace aérien, qui s'inscrit d'ailleurs dans un mouvement général de libre-échange avec notre principal partenaire commercial, vient donc stimuler la concurrence entre les transporteurs aériens nord-américains sur le plus important marché transfrontalier au monde[1]. Les dés ne sont pas encore complètement tirés quant aux répercussions de l'accord sur les parts de marché que les compagnies s'accapareront à long terme. En effet, l'accord prévoit une période de transition de trois ans[2] pour permettre aux transporteurs de s'ajuster aux nouvelles conditions du marché. Même si les clauses de l'accord ne sont pas toutes en vigueur en ce moment, des changements dans l'industrie sont déjà perceptibles.

Comme il serait prématuré de porter des conclusions quant aux répercussions résultant de cet accord, nous traiterons, dans un premier temps, de l'effet de l'accord sur les parts de marchés que s'accaparent les compagnies américaines et canadiennes un an après la signature de "Ciels ouverts". Dans un second temps, nous nous pencherons sur les retombées possibles de l'accord sur les divers intervenants. Cette analyse utilise les données de l'Enquête sur les voyages internationaux (EVI) menée par Statistique Canada.

[1] BALDWIN, Gordon J. et ROBINSON, Ed, "Measuring the Canada-United States Aviation Passenger Market: How High is Up?", in *Transportation Research Forum,* 38th Annual Meeting Proceedings, San Antonio, Texas, 1996.

[2] GOUVERNEMENT DU CANADA, *Accord relatif au transport aérien entre le Gouvernement du Canada et le Gouvernement des États-Unis d'Amérique*, Ottawa, 1995.



Au revoir Pierre!

Le 17 janvier dernier, *Monsieur Pierre Hubert* tirait sa révérence après 34 années de service au sein de la fonction publique fédérale, dont près du tiers consacrées aux statistiques sur le tourisme.

C'est en 1964, au Ministère de l'énergie, des mines et des ressources, que *Monsieur Hubert* fait ses premiers pas au gouvernement. Ce premier contact avec le monde de la cartographie l'amène a oeuvrer pendant plus de 20 ans à la Division de la géographie de Statistique Canada. Pierre accepte ensuite de diriger la Section des voyages, du tourisme et des loisirs à un moment où l'effervescence est grande suite aux travaux du Groupe de travail national sur le tourisme. En 1992, on lui confie également la charge de la Section des voyages internationaux, fonctions qu'il occupait encore au moment de sa retraite.

Au cours des années, Pierre a su entre autres, faire bénéficier ses collègues, ses collaborateurs et les clients de sa grande expertise et de sa courtoisie. Avec son départ, la sous-division perd un maillon important. Bonne chance dans vos projets futurs *Monsieur Hubert* et heureuse retraite.

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue no. 87-003-XPB

Publications Volume 16, Number 3

Travel-log

Summer 1997

Canadians' Travel During the Winter of 1996...
...Declining Within the Country and Increasing Outside the Country

by Monique Beyrouti

The results of the biennial Canadian Travel Survey, from which the data for the first quarter of 1996 were disseminated recently, indicate that Canadians travelled less within their country during the first three months of 1996 than during the same period in 1994. Canadians took over 31 million trips in total, down 9.4% from the first quarter of 1994 (Table 1).

The decreases were greatest in February and March 1996, when Canadians reduced their travel by 12.6% and 11.9% respectively.

Only residents of Nova Scotia and Prince Edward Island travelled more during the first quarter of 1996. In total, Quebeckers took 1.2 million fewer trips between January and March 1996 than during the same period in 1994. This major reduction represents 38% of the total decrease in Canada.

Canadians spent $3.7 billion during these winter trips, of which almost 44% represented costs incurred during trips taken primarily for business purposes.

Canadians Travel by Airplane More Often

In contrast with the decreases in travel by all other means of transportation, travel by airplane surged upward by 19.0% (Table 2). During the first quarter of 1996, over 1.5 million airplane trips were taken to Canadian destinations, regardless of length of stay. This upswing was largely the result of an increase of more than 234,000 in the number of Canadians travelling by airplane for business purposes as well as a growth of 29,000 in the number of trips taken for pleasure. A decrease in the average ticket price for domestic flights provides a partial explanation for this inclination toward air travel.

In general, Canadians who travel by plane tend to make longer visits; in addition, they spend more on accommodation and public transportation. It is also the case that, on average, persons travelling primarily for business spend more than those who travel for other reasons. Thus, business travellers have



In This Issue...

Feature Article

Canadians' Travel During the Winter of 1996...
...Declining Within the Country
and Increasing Outside the Country 1

Culture on the Go 6

Trends

International Travel Account 9

Travel Price Index 10

National Tourism Indicators 11

Travel Indicators 12

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

SEP

Table 1
Total Domestic Trips by Province of Origin

Province of Origin	1st Quarter 1994	1st Quarter 1996	Change 96/94
	'000		%
Total	**34,415**	**31,193**	**-9.4**
Newfoundland	683	542	-20.6
P.E.I.	73	88	20.5
Nova Scotia	1,170	1,227	4.9
New Brunswick	871	841	-3.4
Quebec	8,083	6,863	-15.1
Ontario	11,795	11,272	-4.4
Manitoba	1,462	1,182	-19.2
Saskatchewan	1,909	1,907	-0.1
Alberta	4,680	4,060	-13.2
British Columbia	3,689	3,211	-13.0

Source: Canadian Travel Survey

Table 2
Total Domestic Trips by Primary Mode of Transportation

	Total	Auto	Plane	Bus	Other[1]
			'000		
1st Quarter:					
1994	34,415	31,418	1,262	1,162	573
1996	31,193	28,162	1,502	1,085	443
Change	-9.4%	-10.4%	19.0%	-6.6%	-22.7%

[1] *Other includes train, boat and not stated/other.*
Source: Canadian Travel Survey

much higher levels of expenditure than do those who use other means of transportation. During the first quarter of 1996, persons travelling by airplane within Canada spent on average $976 per trip, as compared with $76 for travellers who used other means of transportation. The overall impact of this increase in airplane travel was reflected in total spending on domestic travel, which grew from $3.4 billion in the first quarter of 1994 to $3.7 billion in the first quarter of 1996, a 9.4% jump.

The number of trips of one or more nights by airplane increased by 18.4% between the winters of 1994 and 1996. Such trips represented 9.4% of the total in 1996, compared with 7.4% in 1994. While the proportion of business travel overall remained stable (17%), the proportion of business travel by air was considerably higher. With 154,000 more overnight business trips taken by airplane than in 1994, travel by air represented 33% of all business travel during the first three months of 1996, as compared with 24% during the winter of 1994.

More than 2.8 Million Canadians Aged 15 and Over Travelled

For each of January, February and March 1996, more than 2.8 million Canadians aged 15 and over reported they had taken at least one trip of one or more nights within the country.

As was the case during the winter of 1994, pleasure trips constituted the major portion of the 4.3 million overnight trips that were taken during the first quarter of 1996 (Table 3). In comparison, Canadians took 6.3 million trips to visit friends or relatives during the winter of 1996, down 7.4% from 1994.

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor-in-Chief: ***Monique Beyrouti***
Tel: (613-951-1673)

Assistant: *Carol Moskaluk*

Composition: *Lynne Durocher*

Chart Design: *Chantal Chalifoux*
J.-M. Lacombe

Printing: *Statistics Canada*
Printing Centre

Correspondence may be addressed to the Editor-in-chief, ***Travel-log****, 3rd floor, R. H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Fax number 1-613-951-2909. Internet e-mail: beyrmon@statcan.ca.***

All prices exclude sales tax

Price: Canada: $13.00 per issue, $42.00 annually

Outside Canada: US$13.00 per issue, US$42.00 annually

Periodicity: Quarterly ISSN 0713-2840

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 1996. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

Note to readers

These data are taken from the Canadian Travel Survey, a supplement to the Labour Force Survey conducted every two years. In 1996, it covered a sample of 16,000 persons per month. The data from the 1996 and 1994 surveys cannot be compared with data from previous years because of a lack of continuity in the chronological series.

"Winter" refers to the first quarter of the year, that is, January, February and March.

Definition

"Domestic travel" refers to trips of 80 kilometres or more one way. They must be taken by Canadians and have a Canadian destination. If four persons took a trip together, four trips are considered to have been taken. The breakdown of travel data by province is according to the primary destination.

Expenditures **reported** by travellers cover all travel-related expenses, including the cost of transportation, fuel, accommodation, food, recreation and entertainment.

Where a traveller has visited more than one region, the expenditures reported are **redistributed** according to the number of nights spent in each region.

Table 3
Domestic Trips of One or More Nights, by Primary Purpose

	Total	Visiting Friends & Relatives	Pleasure	Business & Convention	Other[1]
			'000		
1st Quarter:					
1994	15,045	6,785	4,246	2,576	1,438
1996	13,993	6,285	4,255	2,334	1,120
Change	-7.0%	-7.4%	0.2%	-9.4%	-22.1%

[1] *Other includes personal and not stated.*
Source: Canadian Travel Survey

Table 4
Domestic Trip Expenditures by Primary Mode of Transportation, One or More Nights

	Total	Auto	Air	Bus	Other[1]
			$'000,000		
1st Quarter:					
1994	2,535	1,499	859	107	70
1996	2,956	1,403	1,378	99	77
Change	16.6%	-6.4%	60.4%	-7.5%	10.0%

[1] *Other includes rail, boat and not stated/other.*
Source: Canadian Travel Survey

During their trips of one or more nights, Canadians spent more than $2.9 billion, up 16.6% from the winter of 1994 (Table 4). Almost half of these expenses (47%) were incurred during trips taken by airplane.

Travel Spending Higher for British Columbia than for Quebec

Among all the Canadian provinces, British Columbia was second only to Ontario in terms of expenditures by Canadian travellers during the winter of 1996, representing 18% of the national total, regardless of length of trip. Quebec and Alberta followed, with one and two per cent less respectively. During the winter of 1994, Canadian travellers spent 16.3% more in Quebec than in British Columbia. Although the decrease in the number of visits between 1994 and 1996 was about equal in Quebec and in British Columbia, the strong growth in expenditures (115%) from travellers who took airplane trips moved British Columbia expenditures into second place. In 1996 in Quebec, the increase in spending from visitors who travelled by airplane did not offset the loss attributed to Canadians who travelled by car. In British Columbia, on the other hand, the increase in spending on airplane trips largely compensated for the decrease in spending on trips by automobile.

Quebec, New Brunswick, Newfoundland and Manitoba were the only provinces that experienced reductions in travel receipts during the winter of 1996 in comparison with 1994. Despite the decreases in the number of trips, all other provinces recorded increases, sometimes large ones, in revenues from domestic travel. Higher levels of average spending compensated for the reduction in the number of travellers.

Decrease in Number of Travellers Aged 20 to 24

The decrease in the number of trips taken by Canadians was noted in several age categories. The number of trips taken by Canadians aged 45 to 54 and those aged 65 and over remained stable during the period under study. However, travel by all other age groups decreased considerably. The largest decrease was among young people aged 20 to 24 - 22.9% less than in the winter of 1994 (Table 5). They were more careful about spending during their travel, resulting in an overall expenditure reduction of 35.3%. This was, in fact, the only group of travellers that spent less in 1996 than in 1994 (Table 6).

Quebec was particularly affected by this reduction, since this younger age group yielded 16% of its travel spending during the winter of 1994. In the winter of 1996, this group contributed to only 6% of total travel revenues within the province. In contrast, the proportion of expenditures by travellers aged 25 to 34 increased from 19% to 24% and those of travellers aged 45 to 54 increased from 16% to 20%.

While the proportion of travellers aged 35 to 54 who visited British Columbia in 1996 increased by only one percentage point, this age group accounted for 57% of the province's travel receipts, compared to 43% two winters earlier.

Table 5
Total Domestic Trips by Age Group

Age Group	1st Quarter		Change 96/94
	1994	1996	
	'000		%
Total	**34,415**	**31,193**	**-9.4**
Under 15	5,268	4,479	-15.0
15-19	2,125	1,965	-7.5
20-24	3,211	2,475	-22.9
25-34	6,734	6,314	-6.2
35-44	7,420	6,544	-11.8
45-54	4,707	4,753	1.0
55-64	2,978	2,677	-10.1
65-69	886	887	0.1
70 and over	1,087	1,098	1.0

Note: Numbers may not add to total due to rounding.
Source: Canadian Travel Survey

Table 6
Total Domestic Trip Expenditures by Age Group

Age Group	1st Quarter		Change 96/94
	1994	1996	
	$'000,000		%
Total	**3,411**	**3,732**	**9.4**
15-19	163	195	19.7
20-24	385	249	-35.3
25-34	883	934	5.7
35-44	963	1,124	16.7
45-54	610	766	25.4
55-64	252	280	11.1
65-69	66	78	18.2
70 and over	89	107	19.4

Note: Numbers may not add to total due to rounding.
Source: Canadian Travel Survey

Strong Growth in Travel Among More Affluent Households

The breakdown by household income indicates reductions in the number of overnight trips for all income categories, with the exception of households earning $80,000 or more. Among the latter group, some significant increases are noted. The increase in the number of one or more nights trips is such that it brings up their share of overall travel to 14.5% in 1996 from 9.6% in 1994. This increase is also reflected in the amount of money these travellers contributed to local economies. In 1996, this group accounted for the highest percentage of overall spending – 27% spent during travel, in contrast with 13% in 1994.

Note to readers

These data have been taken from the International Travel Survey.

"Winter" refers to the first quarter of the year, that is, January, February and March.



Travel Increasing Outside the Country

Increasingly, the Canadian marketplace is being flooded with advertisements which entice Canadians to get away from the harsh winters, leave their boots and coats behind and bask on a warm beach by an azure sea. There is now a wide choice of destinations to suit the needs and budgets of consumers.

While the number of trips of all lengths taken by Canadians within their own country declined during the winter of 1996, the same is also true for trips to destinations outside the country. However, only same-day trips to visit our neighbours to the south decreased (-8.3%) (Table 7). Trips of one or more nights to all destinations outside Canada (4.6 million in total) increased by 6.2% in the winter of

Definition

A traveller is a Canadian resident who travelled outside Canada during a period of less than 12 months and who went through Canada Customs when returning to Canada. Foreign citizens who reside in Canada and who travel abroad for pleasure, business or for other reasons are included. Each time a traveller enters a country, he or she is recorded as having made a visit to that country.

Travel expenditures are expenditures which are incurred abroad by Canadian travellers and which are associated with the trip, including goods which they wish to import for their own use. Included are expenditures made abroad for accommodation, food, leisure, local transportation, gifts and all other purchases of goods and services.

1996. Twenty-seven per cent of these trips were taken to countries other than the United States.

Visits to Florida on the Rise

Following the signing (in February 1995) of the Open Skies Agreement between Canada and the United States, air travel by Canadians to Florida climbed by 33% during the winter of 1996. Visits to Florida, which remains the preferred haven for Canadians fleeing the cold and snow of winter, rose by 10.7% above the winter of 1994, reaching 915,000 (Table 8). More than one-third of the money spent during stays of one or more nights in the United States ended up in that state. Florida's popularity reached a high point during the winter of 1993, with 1.1 million visits by Canadians. Visits to New York State, which was second in popularity, decreased by 15.4% during the same period, while Canadians preferred to make more frequent visits to Washington State, California and Nevada.

In the winter of 1996, slightly more than one out of two overnight trips to the United States originated in Ontario. Next were Quebec and British Columbia, with 15% each.

While the number of Ontarians who visited Florida increased, there was a considerable decrease in the number of overnight trips to New York State in the winter of 1996. Quebeckers made more visits to New York State during this period, without this having any effect on their visitor loyalty towards Florida. Thus, travel by Quebeckers to Florida remained stable at 216,000 trips during the winters of 1994 and 1996.

Florida was also popular with residents of the Atlantic provinces, who greatly increased the number of visits they made there. Trips to Florida by Atlantic Canadians surpassed by far the number of trips to Maine, the most popular destination in the winter of 1994. On the other side of the country, benefitting from geographic proximity, four out of ten visits taken by British Columbia residents during each of these winters included at least one night in Washington State.

Table 7
Overseas Trips by Canadian Residents

Destination	1st Quarter 1994	1st Quarter 1996	Change 96/94
	'000		%
Total Trips:			
U.S.	12,304	11,676	-5.1
All Other Countries	1,080	1,233	14.2
Total	**13,385**	**12,909**	**-3.6**
Same Day:			
U.S.	9,024	8,277	-8.3
All Other Countries	—	—	—
Total	**9,024**	**8,277**	**-8.3**
One or more nights:			
U.S.	3,281	3,399	3.6
All Other Countries	1,080	1,233	14.2
Total	**4,361**	**4,633**	**6.2**

Note: Numbers may not add to total due to rounding.
Source: International Travel Survey

Table 8
U.S. Trips and State Visits by Canadian Residents

	1st Quarter 1994	Share	1st Quarter 1996	Share	Change 96/94
	'000	%	'000	%	%
Same-day Trips	**9,024**	**100.0**	**8,276**	**100.0**	**-8.3**
All One or more Nights Trips:	**3,281**	**100.0**	**3,399**	**100.0**	**3.6**
Selected State Visits[1]:					
Florida	827	25.2	915	26.9	10.7
New York	447	13.6	378	11.1	-15.4
Washington	297	9.1	309	9.1	4.1
California	241	7.4	281	8.3	16.5
Nevada	220	6.7	235	6.9	7.0

[1] *On a trip, Canadians may visit more than one state, therefore the sum of all state visits will be greater than the total trips.*
Source: International Travel Survey

More and More Canadians are Attracted to Overseas Countries

The year 1996 started out with a record number of one or more nights trips by Canadians to all overseas countries. Up 14.2% since 1994, there were 1.2 million trips taken by Canadians to overseas countries. Spending overseas was also unprecedented for this period of the year -- $1.3 billion.

Ontarians, who accounted for almost half of all visits to Europe by Canadians, made a significant contribution to the increase in travel to that continent.

Residents of British Columbia and Quebec, on the other hand, contributed to the upswing in visits to Asia.

Mexico Remains the Second Most Popular Sun Spot for Canadians

When heading south to seek out more agreeable temperatures, Canadians naturally tend to choose the period between January and March. In nearly one-third of cases, Canadians travelling overseas return during the winter.

The sun-filled destinations of choice for Canadians who made winter getaways to countries other than the United States remained unchanged, with Mexico in the

lead, followed by Cuba and the Dominican Republic. In the winter of 1996, Canadians made more than 634,100 visits to the Caribbean and Mexico. Out of ten nights spent outside Canada and the United States during the winter of 1996, Canadians spent four in the Caribbean and Mexico combined. Mexico came in first for all Canadian vacationers regardless of their province of residence. Cuba, in second-place and the largest island in the Caribbean, is finding greater and greater favour among sun-loving Canadians (Table 9). By the winter of 1996, Canadians had more than doubled the number of visits made to Cuba compared to the winter of 1994, where they spent $110 million. By way of comparison, this amount equals their spending in Cuba during all of 1993. For Canadian vacationers, "package deals" which include all vacation costs are becoming increasingly popular.

In general, Canadians' tastes are similar when it comes to the most popular destinations. However, as far as other destinations are concerned, preferences differ from one end of the country to the other. In 1996, there was a decrease in the number of trips taken by Quebeckers to all main European destinations, while their visits to the Caribbean levelled off.

British Columbians switched from Mexico and began to discover the Caribbean.

For trips to countries other than the United States, residents of the Atlantic provinces made almost one in five visits to Cuba. In Alberta, as in British Columbia, one in three visits during the winter of 1996 were to Asia. Singapore and Malaysia were more popular among Albertans, while Hong Kong was by far the preferred Asian country for British Columbia residents. Compared to the winter of 1994, residents from British Columbia doubled their visits to Hong Kong and to Cuba.

Thus, more and more Canadians travelled outside the country in the winter of 1996. Although most of the trips were to the United States, an increasing proportion of total foreign travel was to overseas destinations. More money than ever was spent overseas in the winter of 1996. In addition, the number of nights spent outside the country rose significantly – 15% for visits overseas and 4% for visits to the United States. Destinations which were almost unknown a few years ago have now become a part of Canadians' vocabulary and travel itineraries. At the same time, the number of same-day automobile trips to the United States is declining.

Preliminary data from the International Travel Survey, published recently, indicate a decrease of almost 3% in same-day auto trips for the first quarter of 1997.

The number of trips of one or more nights to the United States dipped slightly during this period, while travel by Canadians to overseas countries continued to go up, reaching a level of 7% in the winter of 1997 compared to the same period in 1996.

Table 9
Overseas Trips and Region Visits by Canadian Residents, One or More Nights

	1st Quarter		Change 96/94
	1994	1996	
	'000		%
Total One or more Nights Trips:	**1,080.0**	**1,233.5**	**14.2**
Selected Region Visits[1]:			
Europe	**300.8**	**376.2**	**25.1**
Asia	**165.5**	**229.4**	**38.6**
Central and Other N.Am.:	**310.9**	**295.7**	**-4.9**
Mexico	239.4	246.5	3.0
Carribean:	**359.7**	**387.6**	**7.8**
Cuba	66.4	138.7	108.9
Dominican Republic	53.0	65.0	22.6
Jamaica	25.5	44.2	73.3
South America	**42.2**	**68.4**	**62.1**
Oceania	**43.1**	**52.4**	**21.6**

[1] On a trip, Canadians may visit more than one country or region, therefore the sum of all country visits will be greater than the total trips.
Source: International Travel Survey

Culture on the Go[1]

by Lisa Shipley

Lisa Shipley is an analyst with the Culture Statistics Program.

Canada is a very attractive tourist destination for foreign travellers and Canadians themselves are active tourists in their own country. Tourism has many faces, one of which is the cultural component and includes attendance at festivals, theatres, museums, historic sites, and other related activities. Cultural activities and events stimulate tourism both within and from outside Canada. In turn, travel agendas which include cultural activities and events make an important economic contribution to the Canadian culture sector.

Over 34 million person-trips made for business or pleasure in Canada in 1994 included participation in a cultural activity or event. This represents 19% or one in five of all person-trips made that year.

[1] This article appeared in *Focus on Culture*, Vol. 9, No. 1, Spring 1997.

Canadian travellers made over 24 million person-trips which included participation in at least one cultural activity, Americans over seven million[2], and other international travellers 2.6 million such person-trips (Table 1).

Canadian Travellers Have Lowest Participation Rates in Cultural Activities

Canadian travellers clearly dominate cultural tourism in Canada. In fact, in 1994, 71% of all person-trips which included cultural activities and events were made by Canadians. However, as a proportion of all person-trips taken by Canadians, only 15% included cultural activities and events in their travel agenda. A contributing factor to this low participation rate is the fact that in 1994, Canadian travellers were more likely to be travelling for business reasons (50%) than were foreign travellers (35% of person-trips). Travelling for business purposes limits the time available to participate in cultural activities and events. It should be noted that even when not travelling, the domestic population also attends cultural activities and events in local communities. Participation from a tourism perspective alone, therefore, is not a complete reflection of the overall Canadian participation rate in cultural activities and events.

[2] This excludes same-day U.S. person-trips made by automobile (approximately 20 million person-trips). The survey questionnaire for these travellers does not ask about participation in cultural activities.

Note to readers

Tables 2 and 3 refer to participation in cultural activities by Canadian and international travellers. This is a multiple response item. Travellers may have participated in more than one cultural activity per person-trip (one visit to a national park and one visit to a museum, which counts once in each category), and/or may have participated in one category more than once on a single person-trip (for example visited both a museum and a zoo on the same trip, which counts once in that category). It is not possible to derive a total for actual number of activities participated in by these travellers.

Table 1
Number of Person-trips and Expenditures for Culturally-Active Travellers in Canada, 1994

	All Travellers	Canadian Travellers	American Travellers	Other International Travellers
		'000s		
Total person-trips	**177,030**	**159,046**	**14,192**[1]	**3,792**
Person-trips including cultural activities	**34,397**	**24,418**	**7,386**[1]	**2,593**
Spending in Canada:		$'000,000s		
All person-trips	**24,538**	**16,705**	**4,474**	**3,359**
Person-trips including cultural activities	**9,524**	**4,431**	**2,593**	**2,500**
Type of expenditure				
Accommodation	2,128	861	777	490
Transportation (inside Canada)	1,992	1,430	265	297
Food and Beverage	2,079	1,153	533	393
Recreation and entertainment	901	454	259	188
Other	1,277	532	314	431
Expenditures not itemized	1,146	0	445	701

[1] *This excludes same-day U.S. person-trips made by automobile (approximately 20 million person-trips). The survey questionnaire for these travellers does not ask about participation in cultural activities.*
Note: Totals may not add due to rounding.
Sources: Canadian Travel Survey and International Travel Survey

While American travellers showed a strong interest in Canadian cultural activities and events (52% of all US person-trips), other international travellers were the most likely of all to participate in cultural activities while travelling in Canada (68% of all trips). Recognizing the increasingly significant role that cultural activities and events are playing in Canadian tourism, the Canadian Tourism Commission, the Heritage Tourism Secretariat (Department of Canadian Heritage), and provincial tourism ministries are currently engaged in developing promotional programs for this aspect of tourist activity abroad as well as at home.

Travellers who included cultural events in their travel agendas injected close to $10 billion into the Canadian economy in 1994. Almost 10% ($900 million) of these expenditures were on recreation and entertainment directly, the category which includes cultural activities and events. Canadian travellers contributed $454 million to the total expenditures on recreation and entertainment, while American and other international travellers contributed $259 million and $188 million respectively.

Canadian Travellers

Of the 24 million person-trips taken by Canadians in 1994 which included cultural activities, four in ten (or 10 million) included at least one visit to a national or provincial park (Table 2). Canadians clearly wish to take advantage of the varied and picturesque geography that their country offers and of the activities found in these locations. Most other types of cultural activities and events were included in at least 4.5 million person-trips each, while Aboriginal/Native cultural events were included in almost 1 million person-trips (a number which is likely related to the relative frequency of events of this kind).

Canadian travellers who included cultural activities as part of their travel agenda tended to stay within or near their

Table 2
Participation in Cultural Activities by Canadian Travellers, 1994

	'000s
Person-trips included:	
Attendance at-	
Festival or fair	6,593
Cultural event (plays, concerts, etc.)	4,819
Aboriginal/Native cultural event	936
Visit(s) to-	
Museum or Art Gallery	5,466
Zoo or Natural exhibit	4,503
National or Provincial Park	10,012
Historic site	5,720

Source: Canadian Travel Survey

Table 3
Participation in Cultural Activities by American and Other International Travellers, 1994

	Total Travellers	American Travellers	Other International Travellers
		'000s	
Person-trips included:			
Attendance at -			
Festival or fair	1,430	1,004	426
Cultural event (plays, concerts, etc.)	2,864	2,332	532
Visit(s) to -			
Museum, zoo or natural exhibit	4,615	3,036	1,579
National or provincial park	6,463	4,479	1,984

Source: International Travel Survey

home province; 80% of these person-trips were made in the home province and an additional 13% to a neighbouring province. This is comparable to the proportion of total person-trips which took place in the home province by all Canadian travellers (88%), regardless of the nature of activities included in the travel agenda. Given that interprovincial tourism may include great distances which increase travel costs and time, it is not surprising that the majority of Canadian travellers stay fairly close to home. It should be noted, however, that exposure to the variety of cultural activities and events offered throughout Canada is not necessarily limited by the regional nature of domestic travel. Touring activities by performing arts groups, art exhibits, and presentations at festivals and fairs, for example, add to the variety of cultural experiences available within local communities.

U.S. and Other International Travellers

Geographic proximity also appears to be an important factor in travel to Canada by culturally-active American travellers. These travellers were most frequently residents in states on the border with Canada or two states away. The large number of person-trips made by residents of California and Florida are obvious exceptions. On the other hand, other international travellers who were culturally-active while in Canada came from countries which have language or other cultural attachments to large population groups in Canada. Residents of France, Germany and the United Kingdom accounted for almost three-quarters (72%) of the person-trips made by culturally-active Europeans and 43% of those made by all culturally-active non-American travellers to Canada.

Foreign visitors also expressed great interest in Canada's beautiful geography. Almost two-thirds (65%) of the trips taken by foreign visitors to Canada included at least one visit to a national or provincial park (Table 3). Visits to museums, zoos and other heritage institutions were included in almost 5 million person-trips. Attendance at festivals, fairs, plays, concerts and other cultural activities was also popular. Almost 30% of person-trips taken by foreign visitors included attendance at a cultural event, and 14% included attendance at festivals and/or fairs.

Ontario, British Columbia, Quebec and Alberta drew the largest number of visits from culturally-active foreign visitors to Canada. There were at least twice as many visits made by culturally-interested travellers to each of these four provinces than were made to other individual provinces or territories.

Tourists Drawn by Cultural Activities and Events

Cultural activities and events play an important role in both the economic and social aspects of tourism in Canada, not only for Canadians but also for travellers from other countries. There is evidence of a strong association between arts and heritage activities at a given location and the likelihood of its selection as a tourist destination[3]. It is in the best interests of the tourism industry, therefore, to actively promote the cultural components of their destinations when seeking to attract travellers.

[3] Refer to "The Cultural Tourist - Friend or Foe?" in *Focus on Culture*, Vol 6, No 4, Winter 1994.



International Travel Account

First Quarter 1997 (preliminary)

Spending by visitors to Canada increased more than expenditures of Canadians travelling abroad during the first quarter of 1997, compared with the last quarter of 1996. The net result improved Canada's international travel account balance.

The International Travel Account Deficit Decreased

Foreign visitors injected a record $3.2 billion into the Canadian economy in the first quarter of 1997, up 4.1% from the fourth quarter of 1996. Meanwhile, Canadians travellers spent an unprecedented $3.9 billion abroad, a 2.3% increase.

Note to readers

The series have been revised starting in the first quarter of 1994. Unless otherwise stated, quarterly data in this release are seasonally adjusted. Amounts are in Canadian dollars and are not adjusted for inflation.

Receipts represent spending by foreigners travelling in Canada, including education-related and medical-related spending. Payments represent spending by Canadians travelling abroad, including education-related and medical-related spending.

The international travel account balance — the difference between receipts and payments — was in a deficit position of $714 million, 5.0% lower than the previous quarter. This deficit reached its most recent low of $602 million in the second quarter of 1996 after peaking at $1.9 billion during the fourth quarter of 1991.

Americans Spent a Record Amount in Canada

The travel account deficit with the United States fell for a second consecutive quarter, reaching $786 million for the first quarter of 1997. That was less than half of the record $1.8 billion deficit registered during the last three months of 1991. The Canadian dollar was then worth approximately US$ 0.15 more than in the first quarter of 1997.

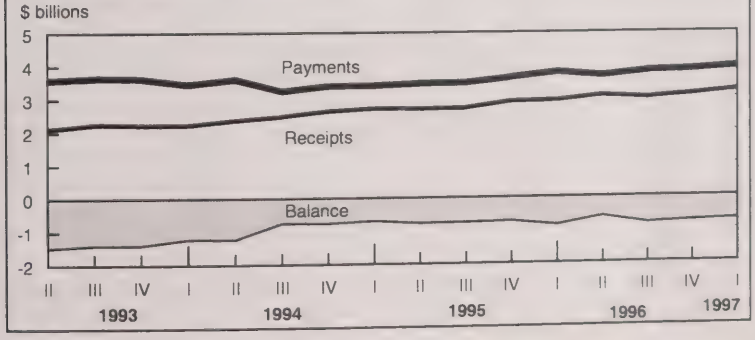
Americans travelling in Canada spent an unprecedented $1.8 billion in the first quarter of 1997, up 8.5% from the fourth quarter of 1996. Meanwhile, Canadians spent $2.6 billion in the United States, up 3.0% from the fourth quarter of 1996. It was the most spent by Canadians in the United States since the third quarter of 1993. Canadians spent a record $2.8 billion south of the border in the fourth quarter of 1991.

Seventh Consecutive Surplus in the Travel Account with Countries Other than the United States

For the seventh consecutive quarter, visitors to Canada from countries other than the United States outspent Canadians travelling to overseas countries during the first three months of 1997. Overseas residents spent $1.5 billion in Canada, a slight decrease (-0.9%) from the previous quarter. Meanwhile, Canadians spent a record $1.4 billion overseas, up 1.0%.

However, the $72 million surplus in the travel account with overseas countries was down 27% from the previous quarter. It compares with a record deficit of $294 million in the first quarter of 1990 and a record surplus of $110 million in the second quarter of 1996.

International Travel Account Deficit Decreased as Receipts and Payments Reached Record Levels



Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

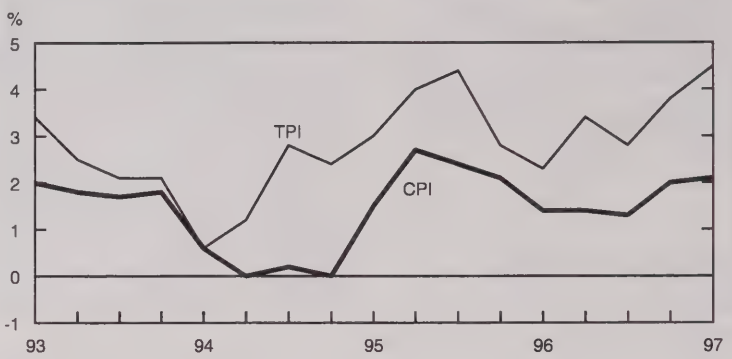


Travel Price Index
First Quarter 1997

TPI Up 4.5% From the Same Period Last Year

For travellers, 1997 began with a 4.5% increase in the Travel Price Index over the previous year. The prices for almost all TPI components increased. Among other things, travellers had to spend 13.2% more on inter-city transportation costs than they did in the first quarter of 1996. During this period, the cost of operation of automotive vehicles and of local and commuter transportation increased 6.1% and 5.7% respectively.

Quarterly Percentage Change in TPI and CPI from Preceding Year



Source: Tourism Statistics Program

Note to readers

The Travel Price Index (TPI) is an aggregate index of the goods and services used by travellers in Canada. Price movements are drawn from the detailed Consumer Price Index (CPI) series.

A technical report on the Travel Price Index is available from the Tourism Statistics Program at (613) 951-1673.

The Travel Price Index (TPI) and its Components
(not seasonally adjusted, 1986 = 100)

Components of the TPI	First Quarter 1997	% Change: Fourth Quarter 1996	% Change: First Quarter 1996
Inter-city transportation	172.1	2.8	13.2
Local and commuter transportation	178.0	0.8	5.7
Rental and leasing of automotive vehicles	131.3	-3.6	-2.2
Operation of automotive vehicles	150.6	1.3	6.1
Traveller accommodation	124.8	-5.7	0.6
Food	129.7	0.7	2.2
Alcoholic beverages	148.5	0.5	1.7
Spectator entertainment	184.5	0.3	3.0
Clothing and footwear	131.7	0.1	0.1
Medicinal and pharmaceutical products	152.1	-0.5	0.0
Personal care	133.4	1.0	1.8
Photographic equipment	107.3	-0.7	-3.5
Photographic services and supplies	116.7	0.9	-1.2
Operation of recreational vehicules	154.6	1.0	4.2
Audio discs and tapes	123.3	0.3	2.3
Use of recreational facilities and services	173.3	0.3	2.7
Reading materials and other printed matter	173.9	0.6	4.3
Tobacco products and smokers' supplies	150.6	3.5	5.8
Travel Price Index (TPI)	**147.1**	**0.1**	**4.5**
Consumer Price Index (CPI)	**137.3**	**0.5**	**2.1**

Sources: The Consumer Price Index, Cat. No. 62-001-XPB; and the Tourism Statistics Program

By comparison, in the first quarter of 1997, the CPI was up 2.1% over the same quarter last year.

TPI Remained Relatively Stable Compared to Previous Quarter

The Travel Price Index reached 147.1, only 0.1% above the previous quarter. Decreases of 5.7% in the price of traveller accommodation and 3.6% in rental and leasing costs of automotive vehicles contributed largerly to this stability in the TPI over two consecutive quarters. These decreases neutralized the increases recorded for other TPI components, particularly the 2.8% increase in inter-city transportation over the fourth quarter of 1996. Automotive vehicle operating costs increased by 1.3% and food costs increased by 0.7%. The cost of all goods and services included in the Consumer Price Index (CPI) was up 0.5% compared to the previous quarter.

National Tourism Indicators
Fourth Quarter 1996
Seasonally Adjusted

Tourism Demand and Employment

In the fourth quarter of 1996, in 1986 constant dollars, tourism demand in Canada rose 0.6% from the previous quarter. Except for a drop of 1.4% in the transportation sector, all other tourism goods and services sectors recorded increases. Boosted by strong domestic growth, the accommodation sector climbed 5.2%.

Tourism exports, which represents the foreign component of tourism demand in Canada, performed better (+1.2%) than domestic demand (+0.3%).

Overall, employment generated by direct sales to visitors in the tourism sectors was up 0.8% between the third and fourth quarters of 1996. Employment was on the rise in the transportation and food and beverages services sectors, but dropped in the accommodation and other sectors.

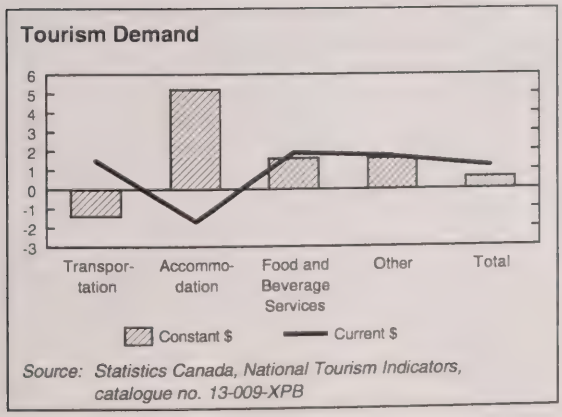
In 1996 as a whole, tourism demand in Canada improved by 3.2% over 1995. Employment generated by tourism was up 2.2% over the same period.

TOURISM DEMAND AND EMPLOYMENT
Fourth Quarter from Previous Quarter of 1996
Seasonally Adjusted

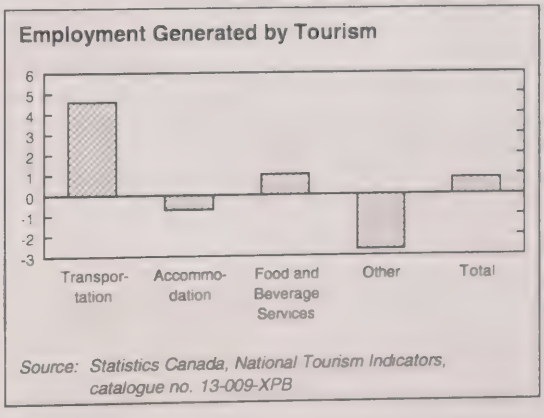
	Tourism Demand						Employment Generated by Tourism	
	IN CANADA		Domestic		Tourism exports		TOTAL	
	Change in		Change in		Change in			% Change
	Constant $	Current $	Constant $	Current $	Constant $	Current $		
Transportation	**-1.4**	**1.5**	-1.9	1.2	0.0	2.5	Transportation	**4.6**
Accommodation	**5.2**	**-1.7**	7.1	-0.1	1.3	-5.1	Accommodation	**-0.7**
Food & Beverage Services	**1.6**	**1.9**	1.1	1.5	2.5	2.9	Food & Beverage Services	**1.0**
Other	**1.6**	**1.7**	1.2	1.5	2.9	2.3	Other	**-2.7**
Total	**0.6**	**1.2**	**0.3**	**1.1**	**1.2**	**1.2**	**Total**	**0.8**

Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, Cat. No. 13-009-XPB

TOURISM DEMAND AND EMPLOYMENT
Fourth Quarter from Previous Quarter of 1996
Seasonally Adjusted



Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB



Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB



	First Quarter		% Change
	1996	1997	
VISITORS TO CANADA (000s)			
From United States	6,484	6,939	7.0
Visits of one or more nights	1,605	1,690	5.3
- By auto	966	1,013	4.8
From Overseas	536	622	16.1
Visits of one or more nights	506	578	14.2
Top Seven Countries:			
United Kingdom	81	104	27.9
Japan	85	94	10.8
France	48	49	2.9
Germany	46	42	-8.6
Hong Kong	29	35	20.3
South Korea	19	22	14.5
Australia	20	21	5.8
CANADIANS OUTSIDE CANADA (000s)			
To United States:	11,676	11,410	-2.3
Visits of one or more nights	3,399	3,374	-0.7
- By auto	1,770	1,732	-2.1
To Overseas (one or more nights)	1,233	1,320	7.0
INDUSTRY			
Airline passengers (Level I) (000s)	5,327	5,657	6.2
Airline passenger-km (Level I) (000,000s)	12,522	13,564	8.3
PRICES			
1986 = 100 (not s.a.)			
Travel Price Index	140.7	147.1	4.5
Consumer Price Index	134.5	137.3	2.1
- Restaurant meals	143.4	145.7	1.6
- Inter-city transportation	152.0	172.1	13.2
- Renting and leasing of automotive vehicles	134.3	131.1	-2.4
- Gasoline	121.6	131.5	8.1
ECONOMIC			
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.) (000,000s)	545,440	562,228	3.1
- Amusement and recreation (000,000s)	5,285	5,452	3.2
- Accommodation and food services (000,000s)	11,982	12,458	4.0
Personal disposable income per capita (s.a.)	17,175	17,115	-0.4
LABOUR (000s)			
Labour force (s.a.)	15,077	15,226	1.0
Unemployed	1,437	1,459	1.5
Employed	13,640	13,767	0.9
- Accommodation and food services (not s.a.)	852	846	-0.7
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)			
American Dollar	1.3691	1.3585	-0.8
British Pound	2.0964	2.2158	5.7
Japanese Yen	0.0129	0.0112	-13.4
German Mark	0.9324	0.8195	-12.1
French Franc	0.2719	0.2429	-10.7

(s.a.) seasonally adjusted.



	Premier trimestre		Variation en %
	1996	1997	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	6 484	6 939	7,0
Visites d'une nuit ou plus	1 605	1 690	5,3
- En auto	966	1 013	4,8
Des pays d'outre-mer	536	622	16,1
Visites d'une nuit ou plus	506	578	14,2
Les sept pays les plus populaires:			
Royaume-Uni	81	104	27,9
Japon	85	94	10,8
France	48	49	2,9
Allemagne	46	42	-8,6
Hong Kong	29	35	20,3
Corée du Sud	19	22	14,5
Australie	20	21	5,8
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis	11 676	11 410	-2,3
Visites d'une nuit ou plus	3 399	3 374	-0,7
- En auto	1 770	1 732	-2,1
Outre-mer, visites d'une nuit et plus	1 233	1 320	7,0
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	5 327	5 657	6,2
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	12 522	13 564	8,3
PRIX			
1986 = 100 (non dés.)			
Indice des prix des voyages	140,7	147,1	4,5
Indice des prix à la consommation	134,5	137,3	2,1
- Aliments achetés au restaurant	143,4	145,7	1,6
- Transport interurbain	152,0	172,1	13,2
- Location de véhicules automobiles	134,3	131,1	-2,4
- Essence	121,6	131,5	8,1
ÉCONOMIQUE			
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	545 440	562 228	3,1
- Divertissements et loisirs (en millions)	5 285	5 452	3,2
- Hébergement et restauration (en millions)	11 982	12 458	4,0
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 175	17 115	-0,4
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	15 077	15 226	1,0
Chômeurs	1 437	1 459	1,5
Personnes occupées	13 640	13 767	0,9
- Hébergement et restauration (non dés.)	852	846	-0,7
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,3691	1,3585	-0,8
Livre sterling	2,0964	2,2158	5,7
Yen du Japon	0,0129	0,0112	-13,4
Mark de l'Allemagne	0,9324	0,8195	-12,1
Franc de France	0,2719	0,2429	-10,7

(dés.) désaisonnalisées.

Indicateurs nationaux du tourisme

Quatrième trimestre 1996
Données désaisonnalisées

Demande touristique et emploi

Au quatrième trimestre de 1996 et en dollars de 1986, la demande touristique au Canada était en hausse de 0,6 % comparativement au trimestre précédent. En dépit d'un recul de 1,4 % dans le secteur du transport, les autres secteurs de biens et services touristiques ont enregistré des hausses. Soutenu par une forte croissance intérieure, le secteur de l'hébergement a grimpé de 5,2 %.

Les exportations touristiques, c'est-à-dire la composante extérieure de la demande touristique au Canada, ont connu une meilleure performance (+1,2 %) que la demande intérieure (+0,3 %).

Au total, l'emploi généré par les ventes directes aux visiteurs dans les branches touristiques s'est renforçi de 0,8 % entre le troisième trimestre et le quatrième trimestre de 1996. L'emploi était en hausse dans les secteurs du transport et de la restauration alors que ceux de l'hébergement et autres étaient en baisse.

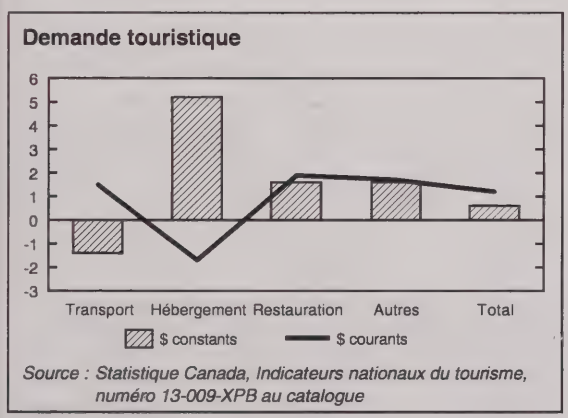
Au total, pour l'année 1996, la demande touristique au Canada a avancé de 3,2 % comparativement à 1995. Durant la même période, l'emploi généré par le tourisme était en hausse de 2,2 %.

DEMANDE TOURISTIQUE ET EMPLOI
Quatrième trimestre de 1996 par rapport au trimestre précédent
Données désaisonnalisées

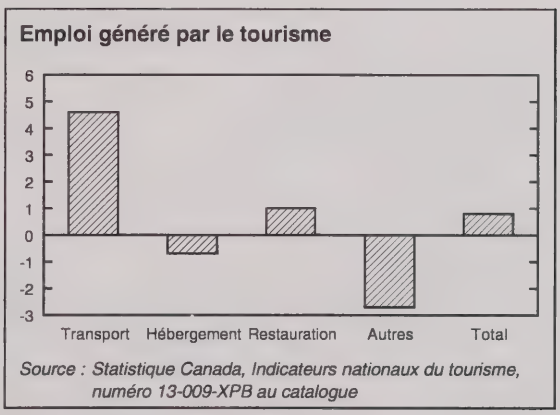
	Demande touristique						Emploi généré par le tourisme	
	AU CANADA		Intérieure		Exportations touristiques		TOTAL	
	variation en		variation en		variation en			variation en %
	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants		
Transport	**-1.4**	**1.5**	-1.9	1.2	0.0	2.5	Transport	**4.6**
Hébergement	**5.2**	**-1.7**	7.1	-0.1	1.3	-5.1	Hébergement	**-0.7**
Restauration	**1.6**	**1.9**	1.1	1.5	2.5	2.9	Restauration	**1.0**
Autres	**1.6**	**1.7**	1.2	1.5	2.9	2.3	Autres	**-2.7**
Total	**0.6**	**1.2**	**0.3**	**1.1**	**1.2**	**1.2**	**Total**	**0.8**

Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue

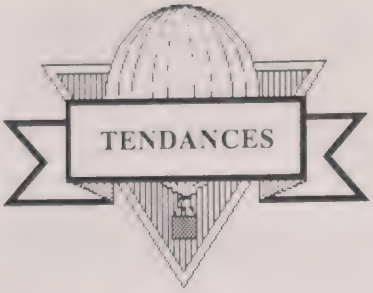
DEMANDE TOURISTIQUE ET EMPLOI
Quatrième trimestre de 1996 par rapport au trimestre précédent
Données désaisonnalisées



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue



Indice des prix des voyages

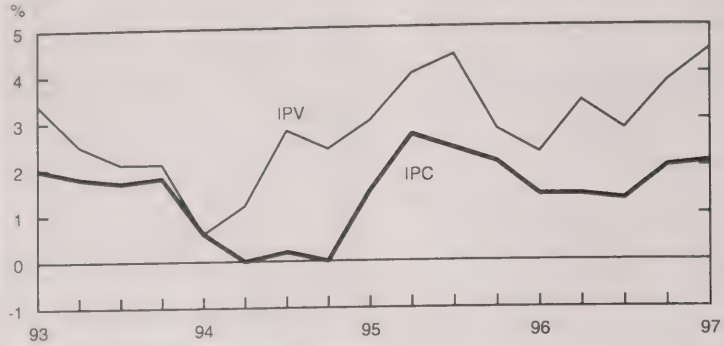
Premier trimestre de 1997

L'IPV progresse de 4,5 % par rapport à la même période de l'année dernière

Pour les voyageurs, l'année 1997 a débuté avec une majoration de 4,5 % dans l'Indice des prix des voyages par rapport à l'année dernière. Le prix de la plupart des composantes de l'IPV ont progressé. Entre autres, les voyageurs ont dû débourser 13,2 % de plus dans les coûts reliés au transport interurbain par rapport au premier trimestre de 1996. Durant cette période, les coûts de l'utilisation des véhicules automobiles ainsi que ceux du transport local et de banlieue ont grimpé de 6,1 % et 5,7 % respectivement.

À titre comparatif, l'IPC a avancé de 2,1 % par rapport au même trimestre de l'année dernière.

Variation trimestrielle de l'IPV et de l'IPC par rapport à l'année précédente



Source : Programme de la statistique du tourisme

L'indice des prix des voyages (IPV) et ses composantes
(non désaisonnalisé, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV	1er trim. 1997	Variation en % 4e trim. 1996	Variation en % 1er trim. 1996
Transport interurbain	172,1	2,8	13,2
Transport local et de banlieue	178,0	0,8	5,7
Location de véhicules automobiles	131,3	-3,6	-2,2
Utilisation de véhicules automobiles	150,6	1,3	6,1
Hébergement de voyageurs	124,8	-5,7	0,6
Aliments	129,7	0,7	2,2
Boissons alcoolisées	148,5	0,5	1,7
Spectacles	184,5	0,3	3,0
Habillement et chaussures	131,7	0,1	0,1
Médicaments et produits pharmaceutiques	152,1	-0,5	0,0
Soins personnels	133,4	1,0	1,8
Matériel photographique	107,3	-0,7	-3,5
Fournitures et services photographiques	116,7	0,9	-1,2
Utilisation de véhicules de loisirs	154,6	1,0	4,2
Bandes audios et disques audionumériques	123,3	0,3	2,3
Utilisation d'installations et de services de loisirs	173,3	0,3	2,7
Matériel de lecture et autres imprimés	173,9	0,6	4,3
Produits du tabac et articles pour fumeurs	150,6	3,5	5,8
Indice des prix des voyages (IPV)	**147,1**	**0,1**	**4,5**
Indice des prix à la consommation (IPC)	**137,3**	**0,5**	**2,1**

Sources : L'Indice des prix à la consommation, numéro 62-001-XPB au catalogue et le Programme de la statistique du tourisme

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant au Programme de la statistique du tourisme, au (613) 951-1673.

L'IPV demeure relativement stable par rapport au trimestre précédent

L'Indice des prix des voyages s'est établi à 147,1, soit seulement 0,1 % de plus qu'au trimestre précédent. Ce sont les baisses dans les prix de l'hébergement des voyageurs de 5,7 % et dans les coûts de location de véhicules automobiles de 3,6 %, qui ont permis à l'IPV de se maintenir à son niveau actuel pour un deuxième trimestre consécutif. Ces baisses ont neutralisé les augmentations relevées dans d'autres composantes de l'IPV, notamment le coût du transport interurbain qui a avancé de 2,8 % par rapport au quatrième trimestre de 1996. Les coûts reliés à l'utilisation de véhicules automobiles a augmenté de 1,3 % et les aliments de 0,7 %.

Le coût des biens de consommation, tel que mesuré par l'Indice des prix à la consommation (IPC) a avancé de 0,5 % par rapport au trimestre précédent.



Compte des voyages internationaux

Premier trimestre de 1997 (données provisoires)

Au premier trimestre de 1997, les dépenses des visiteurs au Canada ont augmenté davantage que celles des Canadiens voyageant à l'étranger comparativement au dernier trimestre de 1996. Le résultat net a été une amélioration du solde du compte des voyages internationaux du Canada.

Le déficit du compte des voyages internationaux a diminué

Les visiteurs étrangers ont injecté un montant record de 3,2 milliards de dollars dans l'économie canadienne au premier trimestre de 1997, en hausse de 4,1 % par rapport au quatrième trimestre de 1996. Par ailleurs, les Canadiens ont dépensé une somme sans précédent de 3,9 milliards de dollars à l'étranger, en hausse de 2,3 %.

Le solde du compte des voyages internationaux du Canada (la différence entre les recettes et les dépenses) était déficitaire de 714 millions de dollars, un chiffre 5,0 % moins élevé qu'au trimestre précédent. Ce déficit a atteint son plus récent creux au second trimestre de 1996 (602 millions de dollars), après avoir culminé à 1,9 milliard de dollars au quatrième trimestre de 1991.

Les Américains ont dépensé un montant record au Canada

Le déficit du compte des voyages avec les États-Unis a diminué pour un deuxième trimestre consécutif, pour s'établir à 786 millions de dollars au cours du premier trimestre de 1997. Ce niveau était inférieur de moitié au déficit record de 1,8 milliard de dollars enregistré au cours des trois derniers mois de 1991. À cette époque, le dollar canadien valait environ 15 cents US de plus qu'au premier trimestre de 1997.

Les Américains voyageant au Canada ont dépensé un montant inégalé de 1,8 milliard de dollars, alors que leurs dépenses ont augmenté de 8,5 % par rapport au quatrième trimestre de 1996. Par ailleurs, les Canadiens ont déboursé 2,6 milliards de dollars au cours de leurs voyages aux États-Unis, en hausse de 3,0 % par rapport au montant dépensé le trimestre précédent. Il s'agissait de la somme la plus élevée dépensée par les Canadiens aux États-Unis depuis le troisième trimestre de 1993. Les Canadiens avaient dépensé un montant record de 2,8 milliards de dollars au sud de la frontière au quatrième trimestre de 1991.

Septième surplus consécutif au compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis

Pour un septième trimestre consécutif, les visiteurs de pays autres que les États-Unis ont dépensé au Canada une somme plus importante que les Canadiens voyageant dans des pays d'outre-mer durant les trois premiers mois de 1997. Les résidents d'outre-mer ont dépensé 1,5 milliard de dollars au Canada, légèrement en baisse (-0,9 %) par rapport au trimestre précédent. Par ailleurs, les Canadiens ont dépensé un montant record de 1,4 milliard lors de leurs voyages dans les pays autres que les États-Unis, en hausse de 1,0 %.

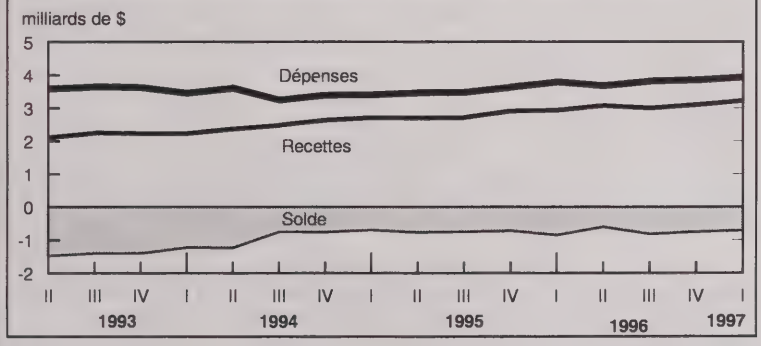
Par contre, le surplus de 72 millions de dollars du compte des voyages avec les pays d'outre-mer était en baisse de 27 % par rapport au quatrième trimestre de 1996. Ce solde se compare à un déficit record de 294 millions de dollars au premier trimestre de 1990 et un surplus record de 110 millions de dollars lors du deuxième trimestre de 1996.

Note aux lecteurs

Les séries ont été révisées à partir du premier trimestre de 1994. À moins d'avis contraire, les données trimestrielles du présent communiqué sont désaisonnalisées.

Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas ajustés pour tenir compte de l'inflation. Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant sur le territoire canadien, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales. Les dépenses représentent les dépenses des Canadiens voyageant sur un territoire étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales.

Le déficit du compte des voyages internationaux a diminué, alors que les recettes et les dépenses ont atteint des niveaux records



Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

Tableau 2
Participation des voyageurs canadiens à des activités culturelles, 1994

	milliers
Voyages-personnes incluant :	
Participation à des	
Festivals ou foires	6 593
Manifestations culturelles (pièces de théâtre, concerts, etc.)	4 819
Manifestations culturelles autochtones	936
Visite(s) de	
Musées ou galeries d'art	5 466
Zoos ou expositions naturelles	4 503
Parcs nationaux ou provinciaux	10 012
Lieux historiques	5 720

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Tableau 3
Participation des voyageurs américains et des autres voyageurs étrangers à des activités culturelles, 1994

	Total	Voyageurs américains	Autres voyageurs étrangers
		milliers	
Voyages-personnes incluant :			
Participation à des			
Festivals ou foires	1 430	1 004	426
Manifestations culturelles (pièces de théâtre, concerts, etc.)	2 864	2 332	532
Visite(s) de			
Musées, zoos ou expositions naturelles	4 615	3 036	1 579
Parcs nationaux ou provinciaux	6 463	4 479	1 984

Sources : Enquête sur les voyages internationaux

est vraisemblablement lié à la fréquence relative des manifestations de cette nature).

Les voyageurs canadiens qui ont participé à des activités culturelles dans le cadre de leur voyage tendaient à rester dans leur province d'origine ou dans une province voisine : 80 % de l'ensemble des voyages-personnes ont été effectués à l'intérieur de la province d'origine, et 13 % avaient pour destination une province voisine. Ces données sont comparables à la proportion des voyages-personnes effectués dans la province d'origine (88 %) par l'ensemble des voyageurs canadiens, peu importe la nature des activités figurant à leur programme de voyage. Compte tenu que le tourisme interprovincial peut impliquer des voyages couvrant de longues distances, ce qui fait augmenter les coûts et la durée du voyage, il n'est pas surprenant qu'une majorité de voyageurs canadiens ne choisissent pas de destinations trop lointaines. Il convient de noter, toutefois, que le caractère régional du tourisme intérieur ne restreint pas nécessairement le contact avec la diversité des activités et des manifestations culturelles offertes partout au Canada. Les tournées de compagnies d'arts d'interprétation, les expositions itinérantes d'oeuvres d'art, les présentations faites dans le cadre de festivals et de foires, par exemple, ajoutent à la diversité des expériences culturelles que l'on retrouve au sein des collectivités locales.

Voyageurs américains et autres voyageurs étrangers

La proximité géographique semble également être un facteur important des voyages effectués au Canada par les voyageurs américains s'intéressant à la culture. Le plus souvent, ces voyageurs résident dans les états situés le long de la frontière canadienne ou dans les états voisins. La Californie et la Floride, états d'origine d'un nombre élevé de voyages-personnes, font manifestement exception à cette règle. En outre, les autres voyageurs étrangers actifs sur le plan culturel au cours de leur visite au Canada proviennent de pays caractérisés par un attachement linguistique ou culturel à l'égard de groupes importants de la population canadienne. Les visites de résidents de la France, de l'Allemagne et du Royaume-Uni ont représenté près des trois quarts (72 %) des voyages-personnes intégrant un volet culturel en provenance d'Europe et 43 % des voyages-personnes effectués au Canada par l'ensemble des voyageurs étrangers non américains s'intéressant à la culture.

Les visiteurs étrangers se sont également montrés fort intéressés par la géographie remarquable du Canada. Près des deux tiers (65 %) des voyages effectués par des visiteurs étrangers au Canada comprenaient au moins une visite de parc national ou provincial (tableau 3). Les visites de musées, de zoos et d'autres établissements du patrimoine ont figuré au programme de près de 5 millions de voyages-personnes. Les festivals, les foires, les pièces de théâtre, les concerts et d'autres activités culturelles se sont aussi révélés populaires. Près de 30 % des voyages-personnes effectués par des visiteurs étrangers comportaient une participation à une manifestation culturelle et 14 % comprenaient la participation à un festival ou à une foire.

L'Ontario, la Colombie-Britannique, le Québec et l'Alberta ont attiré le plus grand nombre de voyageurs étrangers s'intéressant à la culture en visite au Canada. Chacune de ces quatre provinces a accueilli au moins deux fois plus de voyageurs s'intéressant à la culture que les autres provinces ou territoires pris individuellement.

Les activités et manifestations culturelles attirent les touristes

Les activités et les manifestations culturelles jouent un rôle de premier plan dans les dimensions économiques et sociales du tourisme au Canada, non seulement pour les Canadiens mais également pour les voyageurs étrangers. On a observé une relation importante entre la présence d'activités artistiques et patrimoniales en un lieu donnée et le choix de ce lieu à titre de destination touristique[3]. Le secteur touristique a donc tout intérêt à promouvoir activement les dimensions culturelles des destinations lorsqu'il cherche à y attirer des voyageurs.

[3] Voir «Le touriste culturel est-il un allié ou un antagoniste?» dans *La culture en perspective*, vol. 6, nº 4, hiver 1994.

activité culturelle; les Américains, plus de 7 millions[2]; et les autres voyageurs étrangers, 2,6 millions (tableau 1).

Les voyageurs canadiens affichent les taux de participation les plus faibles au chapitre des activités culturelles

Les voyageurs canadiens dominent manifestement le tourisme culturel au Canada. En fait, en 1994, 71 % de l'ensemble des voyages-personnes comprenant des activités et manifestations culturelles ont été effectués par des Canadiens. Toutefois, seulement 15 % de l'ensemble des voyages-personnes faits par des Canadiens comportaient une dimension culturelle dans le cadre du programme de voyage. Ce faible taux de participation pourrait être partiellement attribuable au fait que, en 1994, les voyageurs canadiens se sont révélés plus susceptibles de voyager par affaires que les voyageurs étrangers (50 % contre 35 % des voyages-personnes, respectivement). Les voyages d'affaires limitent le temps libre requis pour participer à des activités ou à des manifestations culturelles. Il convient de noter que les résidents participent, eux aussi, aux activités et manifestations culturelles de leur propre collectivité lorsqu'ils ne voyagent pas. La participation évaluée sous l'angle du tourisme seulement ne traduit donc que partiellement le taux global canadien de participation à des activités et à des manifestations culturelles.

Tableau 1
Nombre de voyages-personnes et dépenses des voyageurs actifs sur le plan culturel au Canada, 1994

	Tous les voyageurs	Voyageurs canadiens	Voyageurs américains	Autres voyageurs étrangers
		milliers		
Voyages-personnes totaux	**177 030**	**159 046**	**14 192[1]**	**3 792**
Voyages-personnes incluant des activités culturelles	**34 397**	**24 418**	**7 386[1]**	**2 593**
Dépenses au Canada :		millions de $		
Total des voyages-personnes	**24 538**	**16 705**	**4 474**	**3 359**
Voyages-personnes incluant les activités culturelles	**9 524**	**4 431**	**2 593**	**2 500**
Type de dépenses				
Hébergement	2 128	861	777	490
Transport (à l'intérieur du Canada)	1 992	1 430	265	297
Aliments et boissons	2 079	1 153	533	393
Loisirs et divertissement	901	454	259	188
Autres	1 277	532	314	431
Dépenses non détaillées	1 146	0	445	701

[1] Ces données excluent les voyages-personnes américains d'une seule journée effectués en automobile (soit quelque 20 millions de voyages-personnes). Le questionnaire de l'enquête visant ces voyageurs ne s'enquiert pas de leur participation à des activités culturelles.

Note : Les totaux ne correspondent pas toujours à la somme des éléments en raison de l'arrondissement des chiffres.

Sources : Enquête sur les voyages des Canadiens et Enquête sur les voyages internationaux

Bien que les voyageurs américains aient démontré un grand intérêt à l'égard des activités et manifestations culturelles canadiennes (52 % de l'ensemble des voyages-personnes des États-Unis), les autres voyageurs étrangers ont été les plus susceptibles de participer à des activités culturelles dans le cadre de leur voyage au Canada (68 % de l'ensemble des voyages). Reconnaissant le rôle de plus en plus important des activités et des manifestations culturelles pour le tourisme canadien, la Commission canadienne du tourisme, le Secrétariat du tourisme patrimonial (ministère du Patrimoine canadien) et les ministères provinciaux du tourisme s'emploient actuellement à élaborer des programmes visant à promouvoir, à l'étranger et au pays, cet aspect des activités touristiques.

Les visiteurs qui ont intégré des manifestations culturelles à leur programme de voyage ont injecté près de 10 milliards de dollars dans l'économie canadienne en 1994. Près de 10 % de ces dépenses (soit 900 millions de dollars) ont directement visé les loisirs et le divertissement, la catégorie qui couvre les activités et manifestations culturelles. Quelque 454 millions de dollars des dépenses totales au titre des loisirs et du divertissement sont attribuables aux voyageurs canadiens, tandis que des dépenses de 259 millions et de 188 millions de dollars sont imputables aux voyageurs américains et aux autres voyageurs étrangers, respectivement.

Voyageurs canadiens

Parmi les 24 millions de voyages-personnes effectués par des Canadiens en 1994 et qui comprenaient des activités culturelles, quatre sur dix (soit 10 millions de voyages-personnes) comportaient au moins une visite de parc national ou provincial (tableau 2). De toute évidence, les Canadiens désirent profiter de la géographie variée et pittoresque qu'offre le Canada et des activités menées dans ces parcs. La plupart des autres types d'activités et de manifestations culturelles figuraient au programme d'au moins 4,5 millions de voyages-personnes chacun, tandis que des manifestations culturelles autochtones faisaient partie du programme de près de 1 million de voyages-personnes (ce chiffre

[2] Ces données excluent les voyages-personnes américains d'une seule journée effectués en automobile (soit quelque 20 millions de voyages-personnes). Le questionnaire de l'enquête visant ces voyageurs ne s'enquiert pas de leur participation à des activités culturelles.

Note aux lecteurs

Les tableaux 2 et 3 se rapportent à la participation des voyageurs canadiens et des voyageurs internationaux à des activités culturelles. Il s'agit d'une question à réponses multiples. Les voyageurs peuvent avoir participé à plus d'une activité culturelle par voyage-personne (la visite d'un parc national et la visite d'un musée seront comptabilisées une fois dans chacune des catégories) et peuvent avoir participé plus d'une fois à des activités classées dans la même catégorie au cours d'un seul voyage-personne (par exemple la visite d'un musée et d'un zoo au cours du même voyage sera comptabilisée une seule fois dans la catégorie appropriée). Il n'est pas possible de calculer le nombre total d'activités auxquelles ont réellement participé ces voyageurs

temporairement au froid en effectuant plus de 634 100 visites sous les cieux des îles des Antilles et du Mexique. En fait, sur dix nuits passées à l'extérieur du Canada et des États-Unis à l'hiver 1996, les Canadiens en ont consacré quatre aux Antilles ou au Mexique. Le Mexique fait l'unanimité auprès de tous les vacanciers canadiens et ce, quelle que soit leur province de résidence. Comme second choix des Canadiens, Cuba, la plus grande île des Antilles, obtient de plus en plus les faveurs de nos compatriotes en mal de soleil (tableau 9). À l'hiver de 1996, les Canadiens avaient plus que doublé leurs visites à Cuba où ils y ont dépensé 110 millions $. À titre comparatif, cette somme est équivalente à ce que les Canadiens ont dépensé à Cuba durant toute l'année 1993. Pour les vacanciers canadiens, la formule "forfait", c'est-à-dire les vacances à un prix incluant tous les frais semble de plus en plus populaire.

En général, les goûts des Canadiens sont similaires pour ce qui est du choix des destinations les plus populaires. Cependant, d'un bout à l'autre du pays, ils diffèrent en ce qui a trait à d'autres destinations. Ainsi, en 1996, les Québécois ont réduit leurs déplacements vers toutes les destinations principales d'Europe et ont stabilisé leurs visites aux Antilles.

Les résidents de la Colombie-Britannique ont substitué leurs visites au Mexique pour se lancer à la découverte des Antilles qu'ils fréquentaient à peine jusque-là.

À l'exclusion des voyages aux États-Unis, les résidents des provinces de l'Atlantique ont consacré près d'une visite sur cinq à Cuba. En Alberta comme en Colombie-Britannique, un pays visité sur trois à l'hiver 1996 avait lieu sur le continent asiatique. Notamment Singapour et la Malaisie sont plus populaires auprès des Albertains, alors que Hong Kong est de loin le pays asiatique préféré des résidents de la Colombie-Britannique. Comparativement à 1994, les résidents de la Colombie-Britannique avait doublé leurs visites à Hong Kong ainsi que celles vers Cuba à l'hiver de 1996.

Il ne fait aucun doute que les Canadiens voyagent de plus en plus à l'extérieur du pays. Même si la plupart des voyages qu'ils entreprennent sont destinés aux États-Unis, une part de plus en plus importante est consacrée aux pays d'outre-mer. D'ailleurs, les montants qu'ils ont dépensés dans les pays outre-mer ont atteint des sommets inégalés à l'hiver 1996. De même, le nombre de nuits passées à l'extérieur du pays a progressé fortement: 15 % lors de visites outre-mer et 4 % lors de visites aux États-Unis. Des destinations à peine connues il y a quelques années font maintenant partie du vocabulaire et de l'itinéraire de voyages des Canadiens.

Durant ce temps, les voyages aux États-Unis, de même jour et en automobile sont en déclin.

Les données préliminaires de l'Enquête sur les voyages internationaux, publiées récemment, indiquent une baisse de près de 3 % dans ce type de voyage pour le premier trimestre de 1997. Les voyages d'une nuit ou plus aux États-Unis étaient légèrement en baisse durant cette période alors que les voyages des Canadiens vers les pays outre-mer poursuivaient leur croissance, qui s'est élevée à 7 % à l'hiver 1997 par rapport à la même période de 1996.

Tableau 9
Voyages et visites-régions des résidents canadiens vers tous les pays autres que les États-Unis, une nuit ou plus

	1er trimestre		Variation 96/94
	1994	1996	
	milliers		%
Tous les voyages d'une nuit ou plus :	**1 080,0**	**1 233,5**	**14,2**
Régions-visites[1] :			
Europe	**300,8**	**376,2**	**25,1**
Asie	**165,5**	**229,4**	**38,6**
Amérique centrale et autre Amérique du Nord :	**310,9**	**295,7**	**-4,9**
Mexique	239,4	246,5	3,0
Antilles :	**359,7**	**387,6**	**7,8**
Cuba	66,4	138,7	108,9
République Dominicaine	53,0	65,0	22,6
Jamaïque	25,5	44,2	73,3
Amérique du Sud	**42,2**	**68,4**	**62,1**
Océanie	**43,1**	**52,4**	**21,6**

[1] *Lors d'un voyage, les Canadiens peuvent visiter plus d'un pays/région. C'est pourquoi la somme de toutes les visites-régions sera supérieure au nombre total de voyages.*

Source : Enquête sur les voyages internationaux

La culture en mouvement[1]

par Lisa Shipley

Lisa Shipley est analyste au Programme de la statistique culturelle.

Le Canada est une destination touristique fort intéressante pour les voyageurs étrangers, et les Canadiens eux-mêmes sont des touristes actifs dans leur propre pays. Le tourisme comporte de nombreuses facettes dont un volet culturel qui couvre notamment la fréquentation de festivals, de théâtres, de musées et de lieux historiques ainsi que d'autres activités connexes. Les activités et manifestations culturelles stimulent le tourisme tant au Canada qu'à l'extérieur du pays. En retour, les programmes de voyage qui comprennent des activités et des manifestations culturelles contribuent largement à la vigueur du secteur culturel canadien.

Plus de 34 millions de voyages-personnes, d'affaires ou d'agrément, faits au Canada en 1994 comportaient une participation à une activité ou à une manifestation culturelle, soit 19 % ou un cinquième de l'ensemble des voyages-personnes effectués cette année-là. Les voyageurs canadiens ont fait plus de 24 millions de voyages-personnes comprenant la participation à au moins une

[1] Cette article a été présenté dans *La culture en perspective*, vol. 9, nº 1, printemps 1997.

destinations à l'extérieur du Canada ont progressé de 6,2 % durant la même période, alors que les Canadiens effectuaient 4,6 millions de voyages. Ces derniers ont, par ailleurs, consacré 27 % de ces voyages vers des pays autres que les États-Unis.

Hausse des visites en Floride

Faisant suite à la signature (en février 1995) de l'Accord Ciel Ouvert entre le Canada et les États-Unis, les visites en avion des Canadiens vers la Floride ont grimpé de 33 % à l'hiver de 1996. En effet, les visites vers la Floride qui demeure le paradis préféré des Canadiens fuyant la neige et le froid, ont augmenté de 10,7 % par rapport à l'hiver de 1994, pour s'établir à 915 000 (tableau 8). Plus du tiers des sommes dépensées lors de séjours d'une nuit ou plus aux États-Unis ont d'ailleurs abouti dans cet État. Notons que la popularité des visites en Floride culminait à l'hiver de 1993 alors que les Canadiens y ont effectué 1,1 million de visites. Les visites dans l'État de New York, au second rang du Palmarès, ont été réduites de 15,4 % durant la même période alors que les Canadiens ont préféré visiter plus souvent les États de Washington, Californie et Nevada.

À l'hiver de 1996, un peu plus d'un voyage d'une nuit ou plus vers les États-Unis sur deux originait de l'Ontario. Suivent, le Québec et la Colombie-Britannique qui se partagent chacun 15 %.

S'ils ont plus visité la Floride, les Ontariens ont par contre considérablement réduit leurs déplacements d'une nuit ou plus vers l'État de New York à l'hiver de 1996. Durant cette période, les Québécois ont quant à eux entrepris plus de visites dans l'État de New York mais cela n'a guère affecté la fidélité de leurs visites en Floride. Ainsi, les visites des Québécois en Floride sont demeurés stables à 216 000 voyages, durant les hivers de 1994 et 1996.

La popularité de la Floride se répercute parmi les résidents de provinces de l'Atlantique qui y ont fortement accru leur nombre de visites. Ainsi, le nombre de visites en Floride auprès de ces résidents a supplanté et, de loin, le Maine en première place à l'hiver de 1994. À l'autre bout du pays, favorisés par la proximité géographique, quatre visites sur dix effectuées par les résidents de la Colombie-Britannique impliquaient au moins une nuit dans l'État de Washington au cours de chacun de ces hivers.

Les Canadiens sont de plus en plus attirés par les pays d'outre-mer

L'année 1996 a débuté avec un nombre record de voyages d'une nuit ou plus que les Canadiens ont entrepris vers tous les pays d'outre-mer. En hausse de 14,2 % par rapport à 1994, les Canadiens ont effectué 1,2 million de voyages vers ces pays, laissant derrière une somme inégalée pour cette période de l'année, soit 1,3 milliard $. On observe de fortes croissances vers tous les pays.

Les Ontariens, dont les visites en Europe représentent près de la moitié des visites de tous les Canadiens vers cette destination, ont fortement contribué à la croissance dans cette région.

Pour leurs parts, les résidents de la Colombie-Britannique et du Québec ont plutôt contribué à la croissance des visites vers l'Asie.

Tableau 7
Voyages des résidents canadiens vers d'autres pays

Destination	1er trimestre 1994	1er trimestre 1996	Variation 96/94
	'000		%
Voyages totaux:			
É.U	12 304	11 676	-5,1
Tous les autres pays	1 080	1 233	14,2
Total	**13 385**	**12 909**	**-3,6**
Même jour:			
É.U	9 024	8 277	-8,3
Tous les autres pays	—	—	—
Total	**9 024**	**8 277**	**-8,3**
Une nuit ou plus:			
É.U	3 281	3 399	3,6
Tous les autres pays	1 080	1 233	14,2
Total	**4 361**	**4 633**	**6,2**

Note : Les données peuvent ne pas correspondre au totaux en raison de l'arrondissement.
Source : Enquête sur les voyages internationaux

Tableau 8
Voyages et visites-États des résidents canadiens vers les États-Unis

	1er trimestre 1994	Part	1996	Part	Variation 96/94
	milliers	%	milliers	%	%
Voyages de même jour	**9 024**	**100,0**	**8 276**	**100,0**	**-8,3**
Tous les voyages d'une nuit ou plus :	**3 281**	**100,0**	**3 399**	**100,0**	3,6
Certains États-visites[1] :					
Floride	827	25,2	915	26,9	10,7
New York	447	13,6	378	11,1	-15,4
Washington	297	9,1	309	9,1	4,1
Californie	241	7,4	281	8,3	16,5
Nevada	220	6,7	235	6,9	7,0

[1] Lors d'un voyage, les Canadiens peuvent visiter plus d'un État. C'est pourquoi la somme de toutes les visites-états sera supérieure au nombre total de voyages.
Source : Enquête sur les voyages internationaux

Le Mexique demeure le second choix des Canadiens pour les destinations soleils

À la recherche d'un climat plus clément, il est naturel que les Canadiens empruntent la direction du sud principalement durant la période de janvier à mars. Ainsi, près du tiers des voyages des Canadiens vers les pays outre-mer ont comme période de retour l'hiver.

Le palmarès des destinations ensoleillées autres que les États-Unis choisies par les Canadiens fuyant l'hiver, demeure inchangé avec le Mexique en tête, Cuba et la République Dominicaine. À l'hiver de 1996, les Canadiens ont échappé

Tableau 5
Total des voyages intérieurs selon le groupe d'âge

Groupe d'âge	1er trimestre 1994	1er trimestre 1996	Variation 96/94
	milliers		%
Total	**34 415**	**31 193**	**-9,4**
Moins de 15 ans	5 268	4 479	-15,0
15-19	2 125	1 965	-7,5
20-24	3 211	2 475	-22,9
25-34	6 734	6 314	-6,2
35-44	7 420	6 544	-11,8
45-54	4 707	4 753	1,0
55-64	2 978	2 677	-10,1
65-69	886	887	0,1
70 et plus	1 087	1 098	1,0

Note : Les données peuvent ne pas correspondre au totaux en raison de l'arrondissement.
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Tableau 6
Dépenses totales de voyages intérieurs selon le groupe d'âge

Groupe d'âge	1er trimestre 1994	1er trimestre 1996	Variation 96/94
	millions de $		%
Total	**3 411**	**3 732**	**9,4**
15-19	163	195	19,7
20-24	385	249	-35,3
25-34	883	934	5,7
35-44	963	1 124	16,7
45-54	610	766	25,4
55-64	252	280	11,1
65-69	66	78	18,2
70 et plus	89	107	19,4

Note : Les données peuvent ne pas correspondre au totaux en raison de l'arrondissement.
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Si la part des voyageurs âgés de 35 à 54 ans qui ont visité la Colombie-Britannique n'a augmenté que d'un point de pourcentage, ces derniers ont tout de même fourni 57 % des recettes de la province en 1996 comparativement à 43 % deux hivers plus tôt.

Forte croissance des voyages parmi les ménages plus aisés

Répartis selon le revenu du ménage, on constate des réductions dans le nombre de voyages d'une nuit ou plus pour toutes les catégories de revenu, à l'exception des ménages gagnant 80 000 $ ou plus. Dans ce dernier groupe, on observe d'importantes croissances. En fait, la hausse de ces voyages est telle qu'elle porte leur contribution aux voyages à 14,5 % en 1996, de 9,6 % qu'elle était en 1994. Ceci se reflète aussi sur les sommes que ces voyageurs ont laissées derrière. En 1996, la part des dépenses de ce groupe était la plus importante, représentant 27 % des sommes engagées lors de voyages contre 13 % en 1994.

Note aux lecteurs

Les données sont tirées de l'Enquête sur les voyages internationaux.

L'hiver est le premier trimestre de l'année, soient les mois de janvier, février et mars.



Les voyages augmentent à l'extérieur du pays

De plus en plus, le marché canadien est envahi d'annonces visant à inciter les Canadiens à délaisser les rigueurs d'un hiver interminable pour se prélasser sur un sable chaud, sans bottes ni manteau, au bord d'une mer d'un bleu d'azur, ou encore pour une variété d'autres motifs.

Il existe maintenant de nombreuses destinations taillées selon les besoins et le portefeuille des consommateurs et les Canadiens en profitent sûrement.

Si les voyages de toute durée des Canadiens dans leur pays ont régressé au cours de l'hiver 1996 comparativement à l'hiver 1994, ils ont connu le même sort en ce qui a trait aux destinations à l'extérieur du pays. Cependant, un examen plus détaillé indique que seuls les voyages de même jour chez nos voisins du sud ont reculé (- 8,3 %) (tableau 7). Les voyages d'une nuit ou plus vers toutes les

Définition

Un voyageur est un résident canadien qui a voyagé à l'extérieur du Canada pendant une période de moins de 12 mois et qui revient au Canada en passant par les Douanes canadiennes. Les citoyens étrangers, qui résident au Canada, voyageant à l'étranger à l'occasion de leurs vacances pour affaires ou pour d'autres raisons sont pris en compte. À chaque fois qu'un voyageur entre dans un pays, il est inscrit comme effectuant une visite dans ce pays.

Les dépenses de voyages sont les dépenses faites à l'étranger par des voyageurs canadiens, qui sont afférentes au voyage, y compris les marchandises que les voyageurs veulent importer pour leur usage personnel. Ces dépenses comprennent les dépenses engagées à l'étranger pour l'hébergement, les repas, les loisirs, le transport local, les cadeaux et tous les autres achats de biens et services.

Note aux lecteurs

Les données sont tirées de l'Enquête sur les voyages des Canadiens. Cette enquête, qui est un supplément à l'Enquête sur la population active, est effectuée tous les deux ans. En 1996, elle couvrait un échantillon de 16 000 personnes chaque mois. Les données tirées des enquêtes de 1996 et 1994 ne peuvent être comparées avec celles des années antérieures en raison d'une discontinuité dans les séries chronologiques.

L'hiver est le premier trimestre de l'année, soient les mois de janvier, février et mars.

Définition

Un voyage intérieur est défini comme un voyage aller simple d'une distance de 80 kilomètres ou plus. Il doit être effectué par un Canadien et doit avoir une destination canadienne. Si quatre personnes ont effectué un voyage ensemble, elles représentent quatre voyages. La répartition provinciale des voyages s'effectue selon la destination principale.

Les dépenses **rapportées** par les voyageurs couvrent tous les frais de voyage, incluant les frais de transport, d'essence, d'hébergement, de repas, de loisirs et divertissement.

Lorsque les voyageurs ont visité plus d'une région, les dépenses **rapportées** sont redistribuées selon le nombre de nuits passées dans chacune d'elle.

Tableau 3
Total des voyages intérieurs d'une nuit ou plus selon le principal but

	Total	Visites à des amis/parents	Agrément	Affaires/ congrès	Autres[1]
			milliers		
1er trimestre					
1994	15 045	6 785	4 246	2 576	1 438
1996	13 993	6 285	4 255	2 334	1 120
Variation	-7,0%	-7,4%	0,2%	-9,4%	-22,1%

[1] *Autres incluent raisons personnelles et non déclaré.*
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Tableau 4
Dépenses de voyages intérieurs d'une nuit ou plus selon le principal moyen de transport

	Total	Auto	Avion	Autocar	Autres[1]
			millions de $		
1er trimestre					
1994	2 535	1 499	859	107	70
1996	2 956	1 403	1 378	99	77
Variation	16,6%	-6,4%	60,4%	-7,5%	10,0%

[1] *Autres incluent train, bateau et non déclaré/autres.*
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

parents ou amis à l'hiver 1996, en baisse de 7,4 % par rapport à 1994.

Au cours de leurs voyages d'une nuit ou plus, les Canadiens ont dépensé plus de 2,9 milliards $, en hausse de 16,6 % par rapport à l'hiver 1994 (tableau 4). Près de la moitié de ces dépenses (47 %) étaient encourues lors de voyages en avion.

Les recettes de voyage de la Colombie-Britannique surpassent celles du Québec

Au niveau provincial, après l'Ontario, c'est en Colombie-Britannique que les voyageurs canadiens ont le plus dépensé à l'hiver de 1996, soit 18 % du total national, toutes durées de voyage confondues. Le Québec et l'Alberta suivent avec un et deux pourcent de moins respectivement. Au cours de l'hiver 1994, les voyageurs canadiens avaient dépensé au Québec 16,3 % de plus qu'en Colombie-Britannique. Même si la baisse des visites entre 1994 et 1996 était relativement équivalente au Québec et en Colombie-Britannique, c'est la forte croissance des dépenses de voyage (115 %) provenant de voyageurs ayant utilisé l'avion qui a propulsé de la Colombie-Britannique au second rang. Au Québec, l'augmentation, en 1996, des recettes provenant des visiteurs qui ont voyagé en avion n'a pas réussi à contrecarrer la perte provenant des voyageurs qui se sont déplacés en automobile alors qu'en Colombie-Britannique, la hausse des recettes provenant des voyages en avion a largement compensé la réduction des recettes lors de voyages en automobile.

Le Québec, le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve et le Manitoba étaient les seules provinces enregistrant des réductions dans les recettes de voyages au cours de l'hiver 1996 par rapport à 1994. Ainsi, en dépit des baisses dans le nombre de voyages, toutes les autres provinces ont enregistré des majorations, parfois importantes, des recettes en provenance des voyages intérieurs. Des dépenses moyennes plus élevées ont donc permis de compenser la réduction du nombre de voyageurs.

Baisse du nombre de voyageurs âgés de 20 à 24 ans

La réduction dans le nombre de voyages des Canadiens était perceptible dans plusieurs catégories d'âge. Le nombre de voyages des Canadiens âgés de 45 à 54 ans et ceux âgés de 65 ans et plus est demeuré stable au cours de la période examinée. Cependant, les voyages de tous les autres ont connu des réductions notables. Ce sont les jeunes âgés de 20 à 24 ans qui ont le plus réduit leurs voyages, soit 22,9 % de moins qu'à l'hiver 1994 (tableau 5). Et lorsqu'ils ont voyagé, ils ont fait plus attention à leurs dépenses, les réduisant ainsi, au total, de 35,3 %. C'est en fait le seul groupe de voyageurs ayant dépensé moins en 1996 qu'ils ne l'ont fait en 1994 (tableau 6).

La province de Québec a été particulièrement touchée par cette réduction puisque ces jeunes lui fournissaient 16 % de ses recettes à l'hiver de 1994. À l'hiver 1996, ces derniers n'auront contribué qu'à 6 % du total de recettes de voyages allouées à cette province. En revanche, la proportion des dépenses au Québec provenant des voyageurs âgés de 25 à 34 ans a augmenté de 19 % à 24 % et celle des voyageurs âgés de 45 à 54 ans, de 16 % à 20 %.

Tableau 1
Total des voyages intérieurs selon la province d'origine

Province d'origine	1er trimestre 1994	1er trimestre 1996	Variation 96/94
	milliers		%
Total	**34 415**	**31 193**	**-9,4**
Terre-Neuve	683	542	-20,6
Î.P.É	73	88	20,5
Nouvelle-Écosse	1 170	1 227	4,9
Nouveau-Brunswick	871	841	-3,4
Québec	8 083	6 863	-15,1
Ontario	11 795	11 272	-4,4
Manitoba	1 462	1 182	-19,2
Saskatchewan	1 909	1 907	-0,1
Alberta	4 680	4 060	-13,2
Colombie-Britannique	3 689	3 211	-13,0

Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

Tableau 2
Total des voyages intérieurs selon le principal moyen de transport

	Total	Auto	Avion	Autocar	Autres[1]
			milliers		
1er trimestre					
1994	34 415	31 418	1 262	1 162	573
1996	31 193	28 162	1 502	1 085	443
Variation	-9,4%	-10,4%	19,0%	-6,6%	-22,7%

[1] *Autres incluent train, bateau et non déclaré/autres.*
Source : Enquête sur les voyages des Canadiens

les personnes voyageant pour d'autres motifs. Il en résulte pour ces voyageurs, un niveau de dépenses bien plus élevé que pour les voyageurs qui se déplacent autrement. Ainsi, au cours du premier trimestre de 1996, les voyageurs qui ont pris l'avion au pays, ont dépensé en moyenne 976 $ par voyage comparativement à 76 $ pour les voyageurs ayant utilisé un autre moyen de transport. Globalement, l'impact de cette croissance des voyages aériens s'est donc reflété sur les dépenses totales de voyages intérieurs qui sont passées de 3,4 milliards $ au premier trimestre de 1994 à 3,7 milliards $ au premier trimestre de 1996, soit un bond de 9,4 %.

Les voyages d'une nuit ou plus en avion ont progressé de 18,4 % entre les hivers de 1994 et 1996. En fait, les voyages d'une nuit ou plus en avion ont représenté 9,4 % du total en 1996 comparativement à 7,4 % en 1994. Si la proportion des voyages d'affaires est demeurée stable (17 %), la proportion de ce genre de voyages effectuée par transport aérien était considérablement supérieure. En effet, avec 154 000 voyages d'affaires d'une nuit ou plus en avion de plus qu'en 1994, ce type de voyage a représenté 33 % de tous les voyages d'affaires durant les trois premiers mois d'hiver 1996 comparativement à 24 % en hiver 1994.

Plus de 2,8 millions de Canadiens âgés de 15 ans et plus se sont déplacés

Pour chacun des mois de janvier, février et mars de l'année 1996, plus de 2,8 millions de Canadiens de 15 ans et plus ont déclaré avoir effectué au moins un voyage d'une nuit ou plus au pays.

Les voyages d'agrément constituaient la raison principale pour laquelle 4,3 millions de voyages d'une nuit ou plus ont été entrepris au cours du premier trimestre de 1996, inchangé par rapport à l'hiver 1994 (tableau 3). Comparativement, les Canadiens ont consacré 6,3 millions de voyages à des visites de

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef : ***Monique Beyrouti***
Téléphone : (613) 951-1673

Assistante : *Carol Moskaluk*
Composition : *Lynne Durocher*
Conception graphique : *Chantal Chalifoux, J.-M. Lacombe*
Imprimerie : *Centre d'impression, Statistique Canada*

Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, ***Info-voyages****, 3e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Télécopieur: (613) 951-2909. Courrier Internet beyrmon@statcan.ca***

Les prix n'incluent pas la taxe de vente

Prix: Canada: 13$ l'exemplaire, 42$ par année
Extérieur du Canada: 13$US l'exemplaire, 42$US par année

Périodicité: trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.
(∞)

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance
Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

N° 87-003-XPB au catalogue Volume 16, Numéro 3

Info-voyages

Été 1997

Les voyages des Canadiens à l'hiver 1996...
...en baisse à l'intérieur du pays et en hausse à l'extérieur du pays

par Monique Beyrouti

Les résultats de l'enquête biennale sur les voyages des Canadiens, dont les données ont été récemment diffusées pour le premier trimestre 1996, indiquent que les Canadiens ont voyagé moins chez eux au cours des trois premiers mois de 1996 qu'ils ne l'ont fait durant la même période en 1994. Ainsi, le nombre total de voyages qu'ils ont effectué s'est établi à plus de 31 millions, en baisse de 9,4 % par rapport au premier trimestre de 1994 (tableau 1).

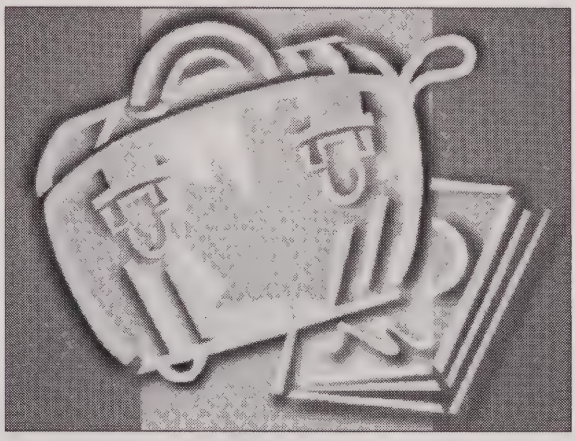
Les baisses étaient particulièrement marquées aux mois de février et de mars 1996, alors que les Canadiens avaient réduit leurs voyages de 12,6 % et 11,9 % respectivement.

Les résidents de la Nouvelle-Écosse et de l'Île-du-Prince-Édouard sont les seuls à avoir voyagé plus au premier trimestre de 1996. Entre janvier et mars 1996, les Québécois ont effectué au total, 1,2 million de voyages en moins qu'au cours de la même période en 1994. Cette importante baisse représente 38 % de la diminution totale au Canada.

Au cours de leurs voyages d'hiver, les Canadiens ont dépensé 3,7 milliards $ dont près de 44 % représentait des frais encourus lors de voyages entrepris principalement pour affaires.

Les Canadiens voyagent plus souvent en avion

À l'encontre des baisses dans les voyages effectués par tout autre moyen de transport, les voyages en avion enregistraient une recrudescence de 19,0 % (tableau 2). Ainsi, toutes durées de voyage confondues, plus de 1,5 million de voyages ont été entrepris en avion vers une destination canadienne au cours du premier trimestre de 1996. Cet accroissement résulte principalement d'une augmentation dans le nombre de voyageurs aériens de plus de 234 000 dans le cas de voyages d'affaires et de 29 000 pour les voyages d'agrément. Une baisse du tarif aérien moyen intérieur justifie partiellement cet engouement pour les voyages aériens. En général, la durée des séjours des voyageurs qui se déplacent en avion tend à être plus longue; de même, leurs dépenses en hébergement et en transport public sont plus élevées. De plus, il est reconnu que les personnes voyageant principalement pour affaires dépensent, en moyenne, plus que



Dans ce numéro...

Articles

Les voyages des Canadiens à l'hiver 1996... ...en baisse à l'intérieur du pays et en hausse à l'extérieur du pays 1

La culture en mouvement 6

Tendances

Compte des voyages internationaux 9

Indice des prix des voyages 10

Indicateurs nationaux du tourisme 11

Indicateurs de voyages 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Catalogue no. 87-003-XPB

Volume 16, Number 4

Travel-log

Autumn 1997

Trading Travellers – International Travel Trends[1]

by Warren Clark

Warren Clark is an analyst with Canadian Social Trends.



Canadians travel outside Canada for many different reasons. They want to escape the daily routine and pressures of life, recharge batteries and put day-to-day living back in perspective. Canadians want to relax, experience different cultures, expand their horizons, spend time with distant friends, explore and find adventure. For some people, business, employment, education or attending a convention is the motivation for travelling beyond our borders.

Although Canadians take most trips within Canada, travel expenditures of Canadians are split almost equally between domestic and international travel. The United States remains the primary international destination of Canadians while Americans are the most numerous international travellers to Canada. However, economic conditions in Canada have led to dramatic changes in travel patterns to the United States over the last decade. Increased Canadian travel to the United States in the early 1990s resulted in rapid growth in travel expenditures outside Canada that was not counterbalanced by visitors to Canada. Meanwhile, travel to and from overseas countries has grown steadily over the last decade except when the Gulf War of the early 1990s briefly interrupted growth.

In 1994 (the most recent year for which domestic travel data are available), Canadians took 152 million trips of 80 kilometres or more in Canada, 54 million trips to the United States and 3.4 million trips to other countries. While on these trips, they spent $33 billion, representing the equivalent of 4.5% of Gross Domestic Product or $1,137 for every man, woman and child in Canada.

[1] This article appeared in *Canadian Social Trends*, Number 45, Summer 1997. It was updated to reflect the 1996 International Travel Survey data that were recently released.

In This Issue...

Feature Article

Trading Travellers – International Travel Trends 1

Trends

International Travel Account 7

Travel Price Index 8

National Tourism Indicators 9

Travel Indicators 10

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

Older Canadians are more likely to travel than younger Canadians

In 1996, adults aged 55 to 64 were the most likely to travel outside Canada. This is not surprising since on average, older Canadians have higher household discretionary income per capita, fewer financial commitments and more leisure time[2]. A favourite destination for older Canadians is the southern United States where they stay longer and spend more per visit than younger Canadians. Those over age 65 travel less often than 55- to 64-year-olds, possibly because of health concerns and mobility problems. As well 55- to 64-year-olds were three times more likely to travel internationally than those aged 20 to 24.

Over the last decade, economic conditions affected travel of both young and old Canadians alike. However, the gap in the number of trips per 100 residents has widened between younger adults (aged 20 to 44) and older adults (aged 45 and over). The gap widened for both overseas travel and travel to the United States. Differential earnings growth for younger and older adults may partially explain the widening gap. For example, real earnings of young men have fallen since the late 1970s while those of older men have increased[3]. Consequently, international travel has become less attractive to young adults and more affordable for older adults over the last decade.

The United States: our favourite destination

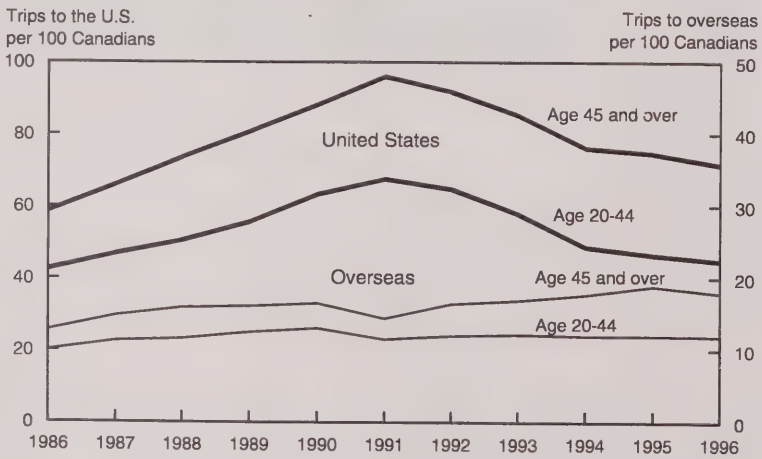
In 1995, Canadians were the largest group of international travellers to the United States, making one third of all foreign trips of one or more nights to that country[4]. Although the number of overnight trips Canadians made to the United States remained relatively constant between the early 1970s and 1986, the number of trips has fluctuated with the economic

[2] Donna J. Owens, "Tracking Down Discretionary Income", *Perspectives on Labour and Income*, Spring 1991, Statistics Canada, Catalogue no. 75-001-XPE.

[3] Garnett Picot and John Myles, "Children in Low-income Families", *Canadian Social Trends*, Autumn 1996, Statistics Canada, Catalogue no. 11-008-XPE.

[4] Tourism Industries, International Trade Administration.

Differences in Canadian travel habits growing between young and older adults, 1996



Source: Statistics Canada, International Travel Survey

Travel-log

Toll-free order service in Canada
1-800-267-6677

Editor-in-Chief: *Monique Beyrouti*
Tel: (613-951-1673)

Assistant: *Carol Moskaluk*

Composition: *Lynne Durocher*

Chart Design: *Rose Marie Andrews*
Chantal Chalifoux

Printing: *Statistics Canada Printing Centre*

Photo: *L. Dubois, Tourism Statistics Program*

Correspondence may be addressed to the Editor-in-chief, ***Travel-log****, 3rd floor, R. H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Fax number 1-613-951-2909. Internet e-mail: beyrmon@statcan.ca.***

All prices exclude sales tax

Price: Canada: $13.00 per issue, $42.00 annually

Outside Canada: US$13.00 per issue, US$42.00 annually

Periodicity: Quarterly ISSN 0713-2840

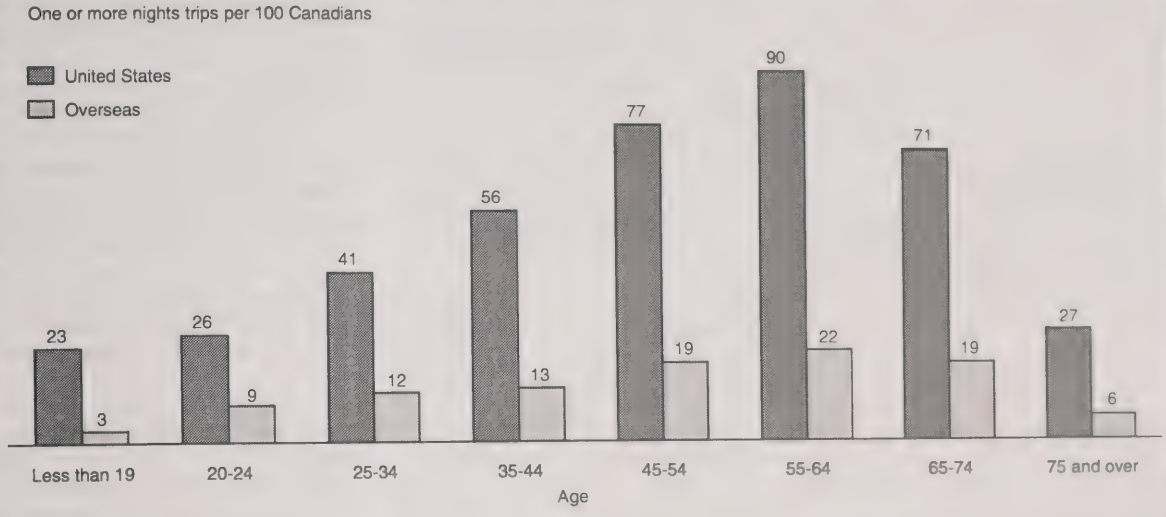
The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI (Z39.48 – 1984.)

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada. © Minister of Industry, 1996. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from License Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

55- to 64-year-olds more likely to travel abroad than other age groups, 1996



Source: Statistics Canada, International Travel Survey

conditions in Canada since then. In 1986, the Canadian dollar hit a new low compared with the U.S. dollar–US$0.72. The value of the Canadian dollar then climbed to US$0.87 in 1991 which made travel to the United States increasingly affordable for Canadians. In 1991, Canadian travel to the United States peaked at 19.1 million trips of one or more nights.

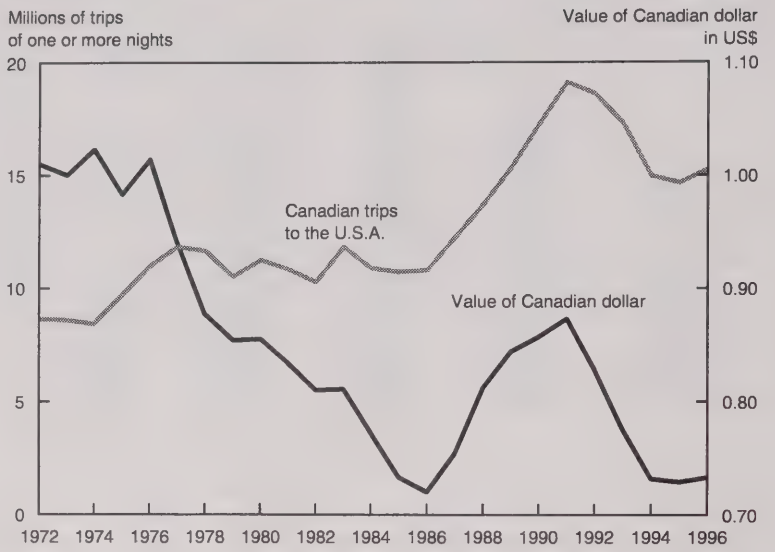
By 1996, however, Canadian travel to the United States plummeted to 15.3 million trips of one or more nights. Many events influenced this decline. That same year, the Canadian dollar dropped back to US$0.73. The unemployment rate remained high and real family income stagnated. During the early 1990s, several provincial governments limited the amounts paid for health care services to Canadians while outside Canada, thus dramatically increasing the cost of supplementary health insurance. Furthermore, the domestic tourism industry initiated advertising campaigns to promote Canadian tourism products and experiences, including adventure travel,

Favourite destinations of Canadians, 1996

	Stays of one or more nights	Number of nights	Average nights per stay	Money spent on travel[1]
	000s	000s		$ millions
United States (Trips)	**15,301**	**108,673**	**7.1**	**9,085**
Border states	12,478	34,416	2.8	2,651
Mid-range states	4,234	13,840	3.3	1,424
Southern states	4,797	60,142	12.5	3,952
Total overseas (Trips)	**3,672**	**69,345**	**18.9**	**5,104**
Europe	**2,602**	**31,130**	**12.0**	**2,431**
France	424	4,843	11.4	438
Germany	236	2,519	10.7	184
Italy	183	2,099	11.5	210
Netherlands	177	1,446	8.2	92
Switzerland	123	966	7.8	83
United Kingdom	737	10,037	13.6	758
Asia	**727**	**13,101**	**18.0**	**982**
Hong Kong	157	3,657	23.3	181
Japan	63	1,177	18.7	117
Caribbean	**720**	**7,148**	**9.9**	**662**
Cuba	222	2,192	9.9	167
Dominican Republic	112	1,027	9.2	77
Mexico	438	4,682	10.7	366
Australia	**76**	**2,842**	**37.4**	**173**

1. Includes money spent on same day stays and stays of one or more nights. Excludes international transportation fares.
Source: Statistics Canada, International Travel Survey

Since 1986, Canadian trips to the United States have fluctuated with the value of the Canadian dollar



Sources: Statistics Canada, International Travel Survey; Bank of Canada

parks, festivals, events and cultural experiences, that Canadians could substitute for similar American ones.

Cross-border shopping down

Same-day car trips to the United States are often used as an indicator of cross-border shopping. These trips peaked at 59 million in 1991. Following that peak, the relative value of the Canadian dollar declined considerably against the American dollar. In addition, the introduction of the Free Trade Agreement and later, of the North American Free Trade Agreement progressively lowered import duties on American goods. Consequently, Canadians made fewer same-day trips to the United States in 1996 (36 million) than in the early 1990s.

Florida, Canada's winter home away from home

Florida is the main sun destination for eastern Canadians, while California, Nevada and Hawaii are most popular among western Canadians. During 1996, Canadian visits to Florida represented 32% of all nights that Canadians spent in the United States and 24% of all Canadian expenditures on travel in the United States.

Widely publicized violent crimes against foreign tourists in recent years affected travel to Canadas' most popular winter getaway. Public perception of crime in Florida appears to have contributed to a 30% drop in visits to Florida between 1992 and 1995. Some Canadians may have substituted visits to other southern vacation spots, particularly Cuba and Mexico, helped by the devaluation of the Mexican peso and the low Canadian dollar relative to the U.S. dollar. Others may simply have stayed at home. In 1996 however, these visits were up 11% compared to 1995.

Canadians stay longer and spend more per visit in the southern states than any other region of the United States. In 1996, Canadians made 4.8 million states-visits of one or more nights to the southern states, down from 5.5 million in 1992. On average, in 1996, Canadian overnight visitors to southern states stayed 12.5 nights and spent $820 per visit.

Border state travel declines

Travellers to the border states, due to proximity, are more likely than southern state travellers to make a quick trip to visit friends and relatives or go shopping. Compared with southern state travellers, though, border state travellers stayed for much shorter periods in 1996 (2.8 nights on average) and spent much less per visit. At the peak of Canadian travel to the United States in 1991, Canadians made a total of 18.7 million overnight visits to border states[5]. During the visits, they spent $3.3 billion, almost as much as was spent in the southern states. Between 1991 and 1996, the number of overnight states-visits to border states declined by 33%.

Canadian business travel up

Most Canadians travel to the United States on holiday or pleasure trips. While holidays to the United States doubled between 1986 and 1991, they decreased steadily from 1991 to 1995 but were up 6% in 1996. Those Canadians who did travel to the United States in 1996 stayed longer: an average of 8.8 nights in 1995, up from 8.7 nights in 1991.

During this period, the North American Free Trade Agreement expanded ties between Canadian and American businesses. The "Open Skies" agreement and the gradual expansion of Canada-U.S. air routes made business travel to the United States easier and less expensive. After a slow but steady growth from 1986 to 1995, the number of Canadians travelling on business to the United States was up 7% in 1996 compared to 1995. Canadian travellers on business to the United States spent more per trip than did other U.S.-bound Canadian travellers, spending $740 on trips averaging four nights.

[5] Border states: Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts Rhode Island, Connecticut, New York, New Jersey, Pennsylvania, Ohio, Michigan, Wisconsin, Minnesota, North Dakota, Montana, Idaho, Washington, Oregon.
Southern States: Florida, Georgia, South Carolina, Alabama, Mississippi, Arkansas, Louisiana, Texas, Arizona, New Mexico, California, Hawaii.
Mid-range states: District of Columbia, North Carolina, Virginia, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Missouri, Nebraska, South Dakota, Kentucky, Tennessee, Colorado, Nevada, Utah, Wyoming, Alaska, Maryland, Delaware, West Virginia,Oklahoma.

Overnight travel to the United States to visit friends and relatives has remained stable since 1986. These trips, averaging $240 in 1996, were less expensive than others for mainly two reasons: inexpensive transportation (by car) and accommodation (with friends or relatives).

Other reasons for overnight travel, particularly shopping in the United States, showed the greatest fluctuations in overnight trips between 1986 and 1996. In 1991, when the Canadian dollar reached its peak, Canadians made 1.3 million overnight trips, primarily to shop. By 1996, overnight shopping trips to the United States had dropped to 0.3 million.

Little change in American travel to Canada

Although the 16% devaluation of the Canadian dollar against the American dollar since 1991 has made travel to Canada increasingly attractive, American travel to Canada has not varied much over the last decade. In 1995 and 1996, travel from the United States reached 13 million overnight trips, the highest volumes since 1986 when Vancouver was host to Expo 86. This volume was only 9% above that of 1992, the low point of the last decade.

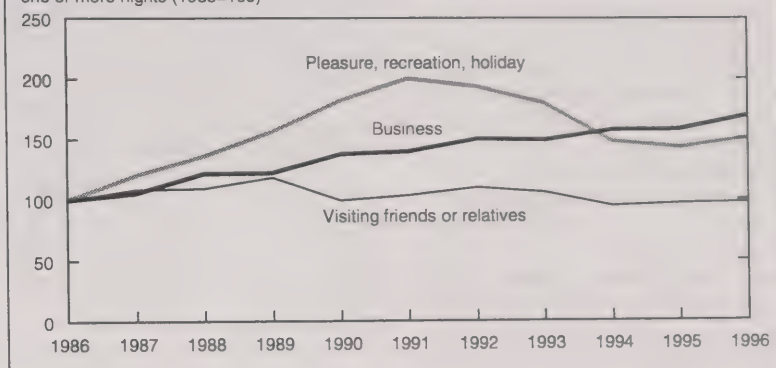
Americans visiting Canada spent far less and stayed shorter periods than Canadian visitors to the U.S. In 1996, per 100 residents, Americans made five overnight trips to Canada while Canadians made 51 overnight trips to the United States. While the United States attracts Canadian travellers year-round, Americans view Canada mostly as a spring and summer destination.

Canadian overseas travel continued to grow

In 1996, Canadians made 3.7 million overnight trips to overseas countries, a 61% increase from 1986. While on these trips, they stayed on average, 18.9 nights outside the country and spent approximately $1,400. Their total spending of $5.1 billion represented 56% of what Canadians spent on travel to the United States.

Among Europeans countries, the United Kingdom and France remained the most popular overseas destinations for Canadians in 1996 and the number of visits to these countries increased by 36% since 1986. In comparison, Canadian trips that included a visit to an Asian country, to Cuba and to Mexico increased by 136% during the same period. While travel to the United Kingdom and France

Business travel to the United States continued to grow, 1996



Source: Statistics Canada, International Travel Survey

International visitors to Canada, 1996

	Trips of one or more nights	Nights	Average nights per visit	Money spent in Canada by travellers from other countries[1]
	000s	000s		$ millions
United States	**12,909**	**49,796**	**3.9**	**6,258**
Border states	9,016	31,148	3.4	4,008
Mid-range states	2,033	8,796	4.3	1,024
Southern states	1,859	9,852	5.3	1,226
Total overseas	**4,377**	**46,889**	**10.7**	**4,538**
Europe	**2,288**	**27,107**	**11.8**	**2,330**
France[2]	460	5,558	12.1	499
Germany	447	5,250	11.7	510
Italy	106	1,142	10.7	98
Netherlands	114	1,531	13.5	99
Switzerland	107	1,360	12.7	133
United Kingdom	691	7,700	11.1	643
Asia	**1,511**	**12,809**	**8.5**	**1,585**
Hong Kong	199	1,846	9.3	186
Japan	648	3,835	5.9	695
South Korea	159	1,060	6.7	183
Taiwan	132	2,052	15.6	175
South America	**126**	**1,442**	**11.4**	**157**
Australia	**149**	**1,637**	**11.0**	**148**

[1] *Includes money spent on same day trips and trips of one or more nights. Excludes international transportation fares.*
[2] *Includes Andorre and Monaco.*
Source: Statistics Canada, International Travel Survey

was primarily during trips for holidays or to visit friends or relatives, travel to Japan and Hong Kong was more business-oriented.

Greater cultural ties with Asian countries may have contributed to increased Canadian travel to Asia. In recent years, more than half of immigrants and about half of international students entering Canada came from Asia. The Canadian and Japanese governments are now working together to increase the number of visitors travelling between the two countries.

In comparison, overseas travellers made 4.4 million overnight trips to Canada– an all-time high in 1996, spending $4.5 billion. On average, these travellers stayed 10.7 nights and spent $1,030 per trip.

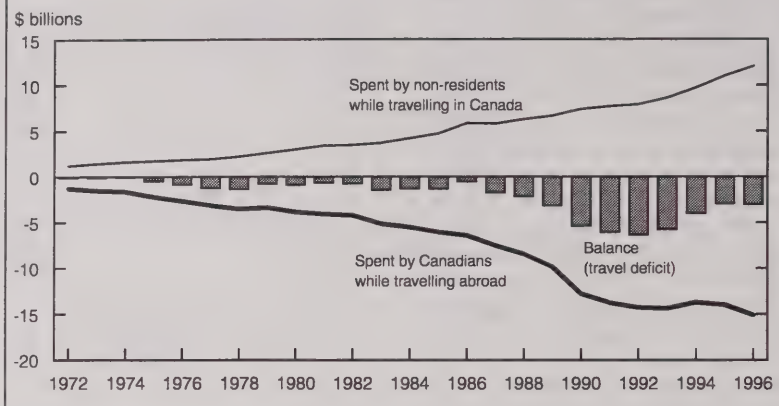
International Travel Survey

Methodology

All ports of entry across Canada participate in determining the number of travellers crossing the border into Canada, by category and type of transportation. A census of international travellers entering Canada is taken at all but seven ports of entry (where samples are used to estimate automobile and cycle traffic).

Statistics Canada obtains information about expenditures and characteristics of international travellers from questionnaires handed out by Canada Customs officials at all ports of entry to Canada. Five questionnaires are used to survey different categories of international travellers: travellers from the United States visiting Canada, residents of countries other than the United States visiting Canada, Canadian residents returning from trips abroad, Canadian residents leaving and returning to Canada by auto on the same day, and United States residents visiting Canada by auto on the same day. Questionnaire return rates for these five categories of international travellers varied between 4% and 11% in 1996.

Canadians spend more on travel outside Canada than non-residents do in Canada



Source: Statistics Canada, International Travel Survey

$3 billion travel deficit in 1996

When Canadians spend more money travelling outside the country than do travellers visiting Canada, a travel deficit[6] between Canada and other countries results. Canada has had one almost every year since 1951. Before 1986, the Canadian travel deficit increased slowly. With increased Canadian travel to the United States, the travel deficit ballooned to about $6.4 billion in 1992. Most of that deficit was with the United States ($5.9 billion). The decline in Canadian travel to the United States between 1991 and 1996 reduced the travel deficit to $3 billion in 1996.

Getting to know Canada better

A weak Canadian dollar has made Canada an increasingly attractive destination to foreign travellers; it has also made travel outside the country less affordable for Canadians. Although, trips of non-U.S. residents to Canada increased by half between 1992 and 1996, American travel to Canada has remained flat over the last decade. For many American travellers, Canada remains a short-stay destination. Meanwhile, the warmth of the southern states and other sun spots still attracts Canadians during the winter months for long stays. The challenge to the Canadian tourism industry is to make travel in Canada more attractive to Canadians and non-residents alike and to spread travel into the off-peak season.

[6] Travel receipts and payments include spending on travel and incidentals to travel such as spending on lodging, food, entertainment, local transportation, gifts, medical care, student expenses and other purchases of personal goods and services, and crew spending.



International Travel Account

Second Quarter 1997 (preliminary)

Canada's international travel account balance improved in the second quarter of 1997, although it remained in a deficit position.

International travel account deficit down

Foreign visitors injected almost $3.1 billion into the Canadian economy in the second quarter of 1997, practically unchanged from the previous quarter. Meanwhile, the $3.8 billion Canadian travellers spent abroad between April and June was 1.4% lower than the first quarter.

Note to readers

Unless otherwise stated, quarterly data used in this release are seasonally adjusted. Amounts are in Canadian dollars and are not adjusted for inflation. Receipts represent spending by foreigners travelling in Canada, including education-related and medical-related spending. Payments represent spending by Canadians travelling abroad, including education-related and medical-related spending. Spending by business travellers and transportation crew members are part of the business sector, while spending by other travellers and education-related and medical-related spending are part of the personal sector.

Consequently, the international travel account deficit dropped 8.5%, from $761 million in the first quarter to $696 million in the second. This deficit peaked at $1.9 billion during the last quarter of 1991.

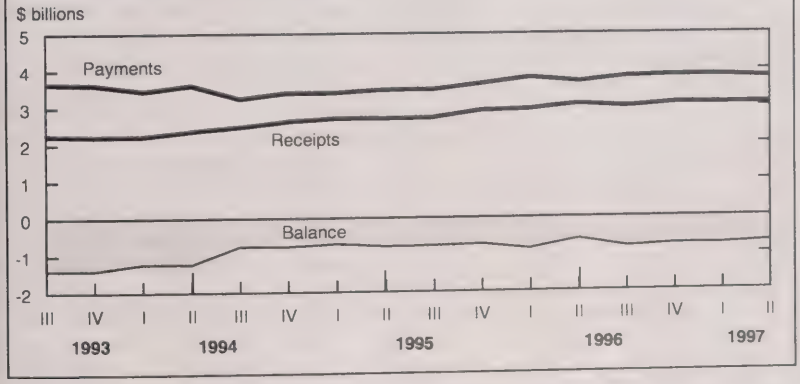
Americans spent more in Canada, Canadians spent less in the United States

Americans spent $1.7 billion while travelling in Canada in the second quarter, a record 2.6% more than during the previous quarter. Meanwhile, Canadians spent $2.5 billion in the United States, practically unchanged from each of the previous two quarters. In the fourth quarter of 1991, Canadians spent a record $2.8 billion south of the border. In 1991, the Canadian dollar was worth US$0.87 and the number of same-day trips to the United States, often used as an indicator of cross-border shopping, also peaked. The travel account deficit with the United States, the difference between receipts and payments — reached $770 million for the second quarter, 6.9% less than in the first quarter.

Eighth consecutive surplus in the travel account with countries other than the United States

In the second quarter of 1997, the travel account with countries other than the United States showed a surplus ($74 million) for an eighth consecutive quarter, increasing 12.1% over the first quarter. Many European currencies have recently lost value compared with the Canadian dollar. Overseas residents travelled less to Canada in the second quarter than in the first quarter. They spent $1.4 billion, down 2.4%. It was the second decrease since peaking in the last quarter of 1996. Meanwhile, Canadians reduced their spending in countries other than the United States even more.

The international travel account deficit at its lowest level in four quarters



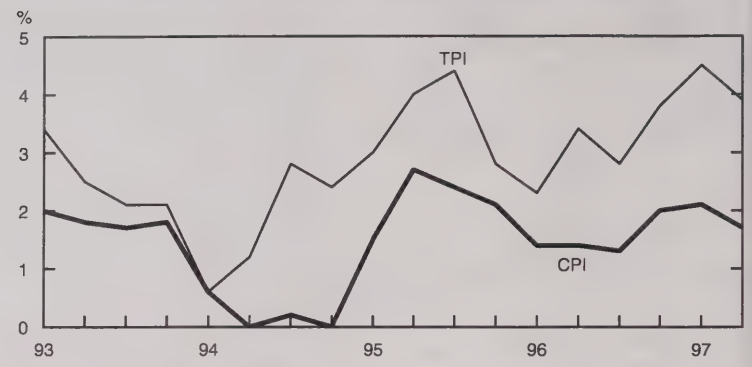
Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.



Travel Price Index
Second Quarter 1997

Quarterly percentage change in TPI and CPI from preceding year



Source: Tourism Statistics Program

TPI up 3.9% from the same period last year

In the second quarter of 1997, consumers saw an increase of 3.9% in the prices of goods and services included in the Travel Price Index, compared to the same quarter last year. Driving this increase was a rise of 8.8% in the cost of inter-city transportation and 6.8% in the traveller accomodation costs. The cost of using local and commuter transportation and operating automotive vehicles also rose. In fact, in the second quarter of 1997, it cost travellers more for all goods and services used for travel within Canada except for photographic equipment, rental and leasing of automotive vehicles, medicinal and pharmaceutical products, and photographic services and supplies. Cost of rental and leasing of automotive vehicles were down 2.3%.

In comparison, the CPI rose 1.7% in the second quarter of 1997 from the same quarter last year.

Note to readers

The Travel Price Index (TPI) is a aggregate index of the goods and service used by travellers in Canada. Pric movements are derived from the detaile Consumer Price Index (CPI) series.

A technical report on the Travel Pric Index is available from the Tourisr Statistics Program at (613) 951-1673.

The Travel Price Index (TPI) and its Components
(not seasonally adjusted, 1986 = 100)

Components of the TPI	Second Quarter 1997	% Change First Quarter 1997	% Change Second Quarter 1996
Inter-city transportation	173.5	0.8	8.8
Local and commuter transportation	178.2	0.1	4.2
Rental and leasing of automotive vehicles	130.6	-0.5	-2.3
Operation of automotive vehicles	150.0	-0.4	1.9
Traveller accommodation	140.7	12.8	6.8
Food	129.9	0.2	1.3
Alcoholic beverages	149.3	0.5	1.7
Spectator entertainment	185.0	0.3	2.9
Clothing and footwear	133.6	1.5	2.0
Medicinal and pharmaceutical products	152.8	0.5	-0.7
Personal care	134.3	0.6	2.4
Photographic equipment	107.6	0.3	-3.8
Photographic services and supplies	116.1	-0.5	-0.4
Operation of recreational vehicules	154.3	-0.2	1.6
Audio discs and tapes	123.9	0.5	2.4
Use of recreational facilities and services	175.5	1.3	2.7
Reading materials and other printed matter	175.7	1.1	3.6
Tobacco products and smokers' supplies	152.1	1.0	6.1
Travel Price Index (TPI)	**150.3**	**2.2**	**3.9**
Consumer Price Index (CPI)	**137.8**	**0.4**	**1.7**

Sources: The Consumer Price Index, Cat. No. 62-001-XPB; and the Tourism Statistics Program

TPI up 2.2% from last quarter

The Travel Price Index rose 2.2% in t second quarter of 1997 from the previo quarter. During the second quarter 1997, travellers had to pay 12.8% mo for accommodation. Accommodati prices increased 8.3% from April to M and 12.0% from May to June. Th increase was due in part to the introducti of higher summer rates. Also contributi were special events like the Formula O auto race in Montreal and the 500 anniversary celebrations of John Cabo landing in Newfoundland. Consume also spent 1.5% more for clothing a shoes and 1.3% more for the use recreational facilities and service Consumers benefitted from slight reductio in the cost of leasing automotive vehicl of operation of automotive vehicles, a in the costs of photographic services a supplies.

During the second quarter of 199 the cost of all goods and services includ in the Consumer Price Index was up 0.4 from the previous quarter.

National Tourism Indicators
First Quarter 1997
Seasonally Adjusted

Tourism demand

In the first quarter of 1997, tourism spending (tourism demand) in Canada increased slightly (0.1%) from the previous quarter, as measured in constant prices. All tourism goods and services sectors recorded decreases except for an increase of 0.4% in the transportation sector, mostly due to the passenger air transport, which represents more than half of the transportation sector.

Spending by Canadians declined by 0.3% which resulted in only a slight incline in tourism expenditures since non-residents spent 1.0% more during the same period. In current dollars, Canadians spent $7.4 billion in the first quarter of 1997, 71% of the total. Foreign visitors spent $3.1 billion, or 29% of the total.

Employment

A total of 492,500 people were employed in tourism in the first quarter of 1997, 0.7% higher than the previous quarter. Employment was on the rise in the transportation, accommodation and food and beverage services sectors, but dropped in the other tourism industries.

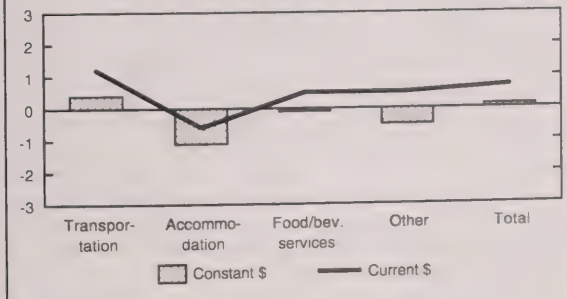
TOURISM DEMAND AND EMPLOYMENT
First Quarter 1997 from Previous Quarter
Seasonally Adjusted

	Tourism Demand						Employment Generated by Tourism	
	IN CANADA		Domestic		Tourism exports		TOTAL	
	Change in		Change in		Change in			% Change
	Constant $	Current $	Constant $	Current $	Constant $	Current $		
Transportation	**0.4**	**1.2**	0.4	1.5	0.5	0.1	Transportation	**2.1**
Accommodation	**-1.1**	**-0.6**	-1.9	-1.6	0.0	0.6	Accommodation	**0.4**
Food & Beverage Services	**-0.1**	**0.5**	-1.2	-1.0	1.5	2.6	Food & Beverage Services	**0.7**
Other	**-0.5**	**0.5**	-0.8	-0.3	0.6	2.4	Other	**-2.1**
Total	**0.1**	**0.7**	**-0.3**	**0.3**	**1.0**	**1.6**	**Total**	**0.7**

Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, Cat. No. 13-009-XPB

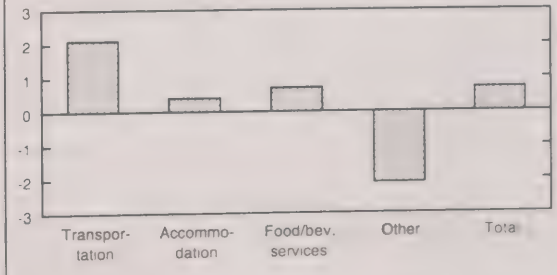
TOURISM DEMAND AND EMPLOYMENT
First Quarter 1997 from Previous Quarter
Seasonally Adjusted

Tourism demand

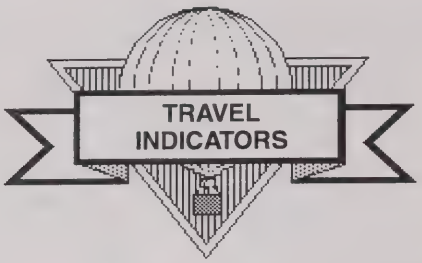


Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB

Employment generated by tourism



Source: Statistics Canada, National Tourism Indicators, catalogue no. 13-009-XPB



	Second Quarter		% Change
	1996	1997	
VISITORS TO CANADA (000s)			
From United States	10,127	10,467	3.4
One or more nights visits	3,499	3,431	-2.0
- By auto	2,222	2,118	-4.7
From Overseas	1,317	1,225	-7.0
One or more nights visits	1,213	1,142	-5.8
Top Seven Countries:			
United Kingdom	196	201	2.6
Japan	171	149	-13.1
France	124	112	-10.3
Germany	120	101	-16.4
Australia	42	43	0.8
Taiwan	38	43	12.9
South Korea	45	42	-6.0
CANADIANS OUTSIDE CANADA (000s)			
To United States:	13,640	12,945	-5.1
One or more nights visits	3,745	3,719	-0.7
- By auto	2,331	2,210	-5.2
To Overseas (one or more nights)	791	871	10.0
INDUSTRY			
Airline passengers (Level I) (000s)	5,856	6,097	4.1
Airline passenger-km (Level I) (000,000s)	14,294	15,682	9.7
PRICES			
1986 = 100 (not s.a.)			
Travel Price Index	144.7	150.3	3.9
Consumer Price Index	135.5	137.8	1.7
- Restaurant meals	144.0	146.3	1.6
- Inter-city transportation	159.4	173.5	8.8
- Renting and leasing of automotive vehicles	133.7	130.6	-2.3
- Gasoline	133.0	129.7	-2.5
ECONOMIC			
Gross Domestic Product, 1986 prices (s.a.) (000,000s)	547,836	569,297	3.9
- Amusement and recreation (000,000s)	5,313	5,838	9.9
- Accommodation and food services (000,000s)	12,074	12,445	3.1
Personal disposable income per capita (s.a.)	17,161	17,160	0.0
LABOUR (000s)			
Labour force (s.a.)	15,116	15,331	1.4
Unemployed	1,456	1,438	-1.2
Employed	13,661	13,892	1.7
- Accommodation and food services (not s.a.)	906	904	-0.2
EXCHANGE RATES (in Canadian dollars)			
American Dollar	1.3645	1.3861	1.6
British Pound	2.0800	2.2676	9.0
Japanese Yen	0.0127	0.0116	-8.6
German Mark	0.8967	0.8086	-9.8
French Franc	0.2646	0.2398	-9.4

(s.a.) seasonally adjusted.



	Deuxième trimestre		Variation en %
	1996	1997	
VISITEURS AU CANADA (en milliers)			
Des États-Unis	10 127	10 467	3,4
Visites d'une nuit ou plus	3 499	3 431	-2,0
- En auto	2 222	2 118	-4,7
Des pays d'outre-mer	1 317	1 225	-7,0
Visites d'une nuit ou plus	1 213	1 142	-5,8
Les sept pays les plus populaires:			
Royaume-Uni	196	201	2,6
Japon	171	149	-13,1
France	124	112	-10,3
Allemagne	120	101	-16,4
Australie	42	43	0,8
Taïwan	38	43	12,9
Corée du Sud	45	42	-6,0
CANADIENS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA (en milliers)			
Aux États-Unis:	13 640	12 945	-5,1
Visites d'une nuit ou plus	3 745	3 719	-0,7
- En auto	2 331	2 210	-5,2
Outre-mer, visites d'une nuit ou plus	791	871	10,0
INDUSTRIE			
Trafic voyageurs aériens (niveau I) (en milliers)	5 856	6 097	4,1
Trafic voyageurs aériens-km (niveau I) (en millions)	14 294	15 682	9,7
PRIX			
1986 = 100 (non dés.)			
Indice des prix des voyages	144,7	150,3	3,9
Indice des prix à la consommation	135,5	137,8	1,7
- Aliments achetés au restaurant	144,0	146,3	1,6
- Transport interurbain	159,4	173,5	8,8
- Location de véhicules automobiles	133,7	130,6	-2,3
- Essence	133,0	129,7	-2,5
ÉCONOMIQUE			
Produit intérieur brut au prix de 1986 (dés.) (en millions)	547 836	569 297	3,9
- Divertissements et loisirs (en millions)	5 313	5 838	9,9
- Hébergement et restauration (en millions)	12 074	12 445	3,1
Revenu personnel disponible par habitant (dés.)	17 161	17 160	0,0
TRAVAIL (en milliers)			
Population active (dés.)	15 116	15 331	1,4
Chômeurs	1 456	1 438	-1,2
Personnes occupées	13 661	13 892	1,7
- Hébergement et restauration (non dés.)	906	904	-0,2
TAUX DE CHANGE (en dollars canadiens)			
Dollar des États-Unis	1,3645	1,3861	1,6
Livre sterling	2,0800	2,2676	9,0
Yen du Japon	0,0127	0,0116	-8,6
Mark de l'Allemagne	0,8967	0,8086	-9,8
Franc de France	0,2646	0,2398	-9,4

(dés.) désaisonnalisées.

Indicateurs nationaux du tourisme

Premier trimestre 1997
Données désaisonnalisées

Demande touristique

Au premier trimestre de 1997, les dépenses touristiques (demande touristique) réelles au Canada ont légèrement augmenté (0,1%) par rapport au trimestre précédent. Tous les secteurs de biens et services touristiques étaient en baisse à l'exception du secteur du transport qui a enregistré une augmentation de 0,4 %, principalement en raison d'une hausse dans la composante du transport aérien de passagers, qui représente plus de la moitié du secteur du transport.

La réduction de 0,3 % des dépenses des Canadiens est largement responsable pour la faible avance des dépenses touristiques puisque les dépenses des non-résidents ont cru de 1,0 % durant la même période. Au premier trimestre de 1997, les Canadiens ont dépensé 7,4 milliards de dollars, en dollars courants, ce qui constitue 71 % du total. Les non-résidents ont pour leur part dépensé 3,1 milliards de dollars, soit 29 % du total.

Emploi touristique

Au total, l'emploi touristique est passé à 492 500 personnes au premier trimestre de 1997, en hausse de 0,7 % par rapport au trimestre précédent. L'emploi était en hausse dans les secteurs de transport, d'hébergement et de la restauration alors que ceux des autres activités touristiques étaient en baisse.

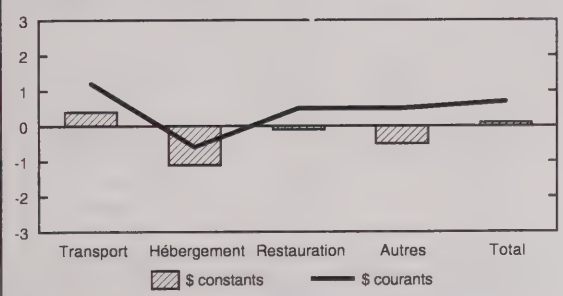
DEMANDE TOURISTIQUE ET EMPLOI
Premier trimestre de 1997 par rapport au trimestre précédent
Données désaisonnalisées

	Demande touristique						Emploi généré par le tourisme	
	AU CANADA		Intérieure		Exportations touristiques		TOTAL	
	variation en		variation en		variation en			variation en %
	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants	$ constants	$ courants		
Transport	**0,4**	**1,2**	0,4	1,5	0,5	0,1	Transport	**2,1**
Hébergement	**-1,1**	**-0,6**	-1,9	-1,6	0,0	0,6	Hébergement	**0,4**
Restauration	**-0,1**	**0,5**	-1,2	-1,0	1,5	2,6	Restauration	**0,7**
Autres	**-0,5**	**0,5**	-0,8	-0,3	0,6	2,4	Autres	**-2,1**
Total	**0,1**	**0,7**	**-0,3**	**0,3**	**1,0**	**1,6**	**Total**	**0,7**

Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue

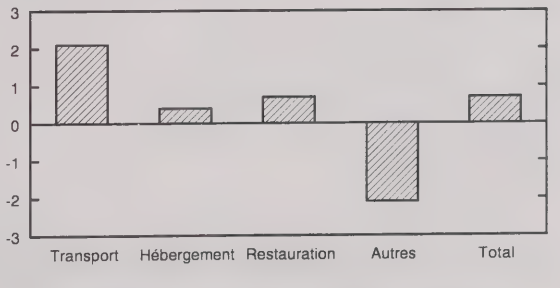
DEMANDE TOURISTIQUE ET EMPLOI
Premier trimestre de 1997 par rapport au trimestre précédent
Données désaisonnalisées

Demande touristique

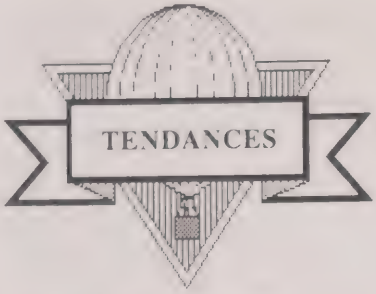


Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue

Emploi généré par le tourisme



Source : Statistique Canada, Indicateurs nationaux du tourisme, numéro 13-009-XPB au catalogue



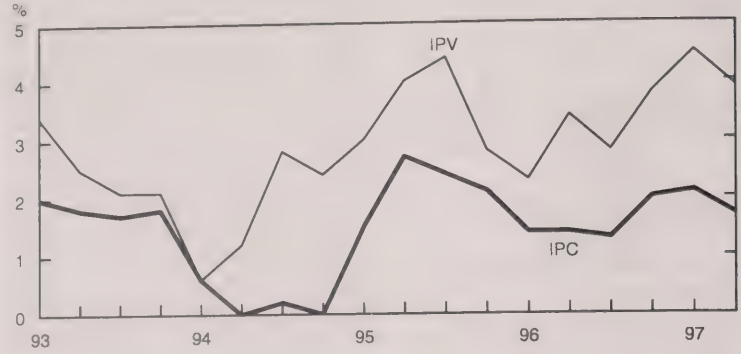
Indice des prix des voyages

Deuxième trimestre de 1997

L'IPV progresse de 3,9 % par rapport à la même période de l'année dernière

Au second trimestre de 1997, les consommateurs ont connu une majoration de 3,9 % des prix des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix de voyages comparativement au même trimestre de l'année dernière. Cette hausse a été dominée par des majorations de 8,8 % dans les coûts de transport interurbain et de 6,8 % dans les coûts de l'hébergement des voyageurs. On remarque aussi une progression dans le coût du transport local et de banlieue et de l'utilisation de véhicules automobiles.

Variation trimestrielle de l'IPV et de l'IPC par rapport à l'année précédente



Source : Programme de la statistique du tourisme

En fait, il en coûtait plus aux voyageurs au second trimestre de 1997 pour tous les biens et services utilisés lors de voyages au Canada à l'exception du matériel photographique; de la location de véhicules automobiles; des médicaments et produits pharmaceutiques ainsi que des fournitures et services photographiques. Les prix de la location de véhicules automobiles ont fléchi de 2,3 %.

À titre comparatif, l'IPC a avancé de 1,7 % au second trimestre de 1997 par rapport au même trimestre de l'année dernière.

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des voyages (IPV) est un indice agrégatif de biens et services utilisés lors de voyages effectués au Canada. Les mouvements de prix sont tirés de séries détaillées de l'Indice des prix à la consommation (IPC).

On peut obtenir un rapport technique sur l'Indice des prix des voyages en s'adressant au Programme de la statistique du tourisme, au (613) 951-1673.

L'indice des prix des voyages (IPV) et ses composantes
(non désaisonnalisé, 1986 = 100)

Composantes de l'IPV	2ème trim. 1997	Variation en % 1er trim. 1997	Variation en % 2ième trim. 1996
Transport interurbain	173,5	0,8	8,8
Transport local et de banlieue	178,2	0,1	4,2
Location de véhicules automobiles	130,6	-0,5	-2,3
Utilisation de véhicules automobiles	150,0	-0,4	1,9
Hébergement de voyageurs	140,7	12,8	6,8
Aliments	129,9	0,2	1,3
Boissons alcoolisées	149,3	0,5	1,7
Spectacles	185,0	0,3	2,9
Habillement et chaussures	133,6	1,5	2,0
Médicaments et produits pharmaceutiques	152,8	0,5	-0,7
Soins personnels	134,3	0,6	2,4
Matériel photographique	107,6	0,3	-3,5
Fournitures et services photographiques	116,1	-0,5	-0,4
Utilisation de véhicules de loisirs	154,3	-0,2	1,6
Bandes audios et disques audionumériques	123,9	0,5	2,4
Utilisation d'installations et de services de loisirs	175,5	1,3	2,7
Matériel de lecture et autres imprimés	175,7	1,1	3,6
Produits du tabac et articles pour fumeurs	152,1	1,0	6,1
Indice des prix des voyages (IPV)	**150,3**	**2,2**	**3,9**
Indice des prix à la consommation (IPC)	**137,8**	**0,4**	**1,7**

Sources : L'Indice des prix à la consommation, numéro 62-001-XPB au catalogue et le Programme de la statistique du tourisme

L'IPV avance de 2,2 % par rapport au trimestre précédent

L'Indice des prix des voyages a augmenté de 2,2 % au second trimestre de 1997 par rapport au trimestre précédent. Au cours du second trimestre de 1997, les voyageurs ont dû payer 12,8 % de plus pour leurs frais d'hébergement. Les coûts de l'hébergement se sont accrus de 8,3 % d'avril à mai et de 12,0 % de mai à juin. L' introduction des tarifs d'été explique en partie cette majoration. Des évènements spéciaux, tel le Grand Prix de Montréal et les célébrations du 500e anniversaire du débarquement de Jean Cabot à Terre-Neuve, y ont également contribué. Par ailleurs, les consommateurs ont déboursé 1,5 % de plus pour l'habillement et chaussures et 1,3 % de plus pour l'utilisation d'installations et de sevices de loisirs. Les consommateurs ont profité de légères réductions dans les coûts de location de véhicules automobiles; d'utilisation de véhicules automobiles ainsi que ceux des fournitures et services photographiques.

Au cours du second trimestre de 1997, le coût de tous les biens et services enregistré par l'Indice des prix à la consommation était en hausse de 0,4 % comparativement au trimestre précédent.



Compte des voyages internationaux

Deuxième trimestre de 1997 (données provisoires)

Le solde du compte des voyages internationaux du Canada s'est amélioré au deuxième trimestre de 1997, bien qu'il demeure toujours déficitaire.

Le déficit du compte des voyages internationaux a diminué

Les visiteurs étrangers ont injecté près de 3,1 milliards de dollars dans l'économie canadienne au deuxième trimestre de 1997, un chiffre presque inchangé par rapport à celui du trimestre précédent. Par ailleurs, la somme de 3,8 milliards de dollars que les Canadiens ont dépensée à l'étranger entre avril et juin était 1,4 % moins élevée que celle dépensée en janvier, en février et en mars.

Conséquemment, le déficit au compte des voyages internationaux est passé de 761 millions de dollars au premier trimestre à 696 millions au deuxième, en baisse de 8,5 %. Ce déficit a culminé à 1,9 milliard de dollars au dernier trimestre de 1991.

Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, les données trimestrielles mentionnées dans le présent communiqué sont désaisonnalisées. Les montants sont en dollars canadiens et ne sont pas rajustés pour tenir compte de l'inflation. Les recettes représentent les dépenses des visiteurs voyageant sur le territoire canadien, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales. Les dépenses représentent les dépenses des Canadiens voyageant sur un territoire étranger, y compris les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales. Les dépenses des voyageurs d'affaires et des équipages font partie du secteur des affaires, alors que les dépenses des autres voyageurs et les dépenses relatives à l'éducation et les dépenses médicales font partie du secteur des particuliers.

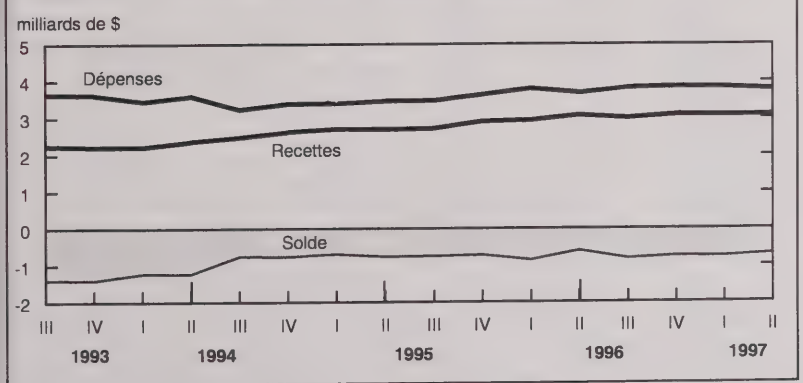
Les Américains ont dépensé plus au Canada, les Canadiens ont dépensé moins aux États-Unis

Les Américains ont déboursé 1,7 milliard de dollars au cours de leurs voyages au Canada au deuxième trimestre de 1997, un montant record 2,6 % plus élevé qu'au trimestre précédent. Par ailleurs, les Canadiens ont dépensé aux États-Unis sensiblement la même somme qu'au cours de chacun des deux trimestres précédents, soit 2,5 milliards de dollars. Au quatrième trimestre de 1991, les Canadiens avaient dépensé un montant record de 2,8 milliards de dollars au sud de la frontière. À cette époque, le dollar canadien valait 0,87 $US, et le nombre de voyages en automobile de même jour aux États-Unis, souvent utilisé comme un indicateur du magasinage transfrontalier, avait aussi atteint un sommet. Le déficit au compte des voyages avec les États-Unis, soit la différence entre les recettes et les dépenses, s'est établi à 770 millions de dollars au deuxième trimestre, une somme 6,9 % moins élevée que celle du premier trimestre.

Huitième surplus consécutif au compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis

Au deuxième trimestre de 1997, le compte des voyages avec les pays autres que les États-Unis a affiché un surplus (74 millions de dollars) pour un huitième trimestre consécutif, augmentant de 12,1 % par rapport au premier trimestre. Au cours des derniers trimestres, plusieurs devises européennes se sont dépréciées face au dollar canadien. Comparativement aux trois premiers mois de l'année, les résidents d'outre-mer ont moins voyagé au Canada au deuxième trimestre. Ils ont dépensé 1,4 milliard de dollars, en baisse de 2,4 %. Il s'agissait de la deuxième diminution depuis le sommet atteint au dernier trimestre de 1996. Par ailleurs, les Canadiens ont diminué encore plus leurs dépenses dans les pays autres que les États-Unis.

Le déficit au compte des voyages internationaux atteint son niveau le moins élevé depuis quatre trimestres



Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

Les Canadiens voyagent de plus en plus outre-mer

En 1996, les Canadiens ont effectué 3,7 millions de voyages d'au moins une nuit à destination d'outre-mer, soit 61 % de plus qu'en 1986. Ils ont séjourné 18,9 nuits en moyenne à l'extérieur du pays au cours de ces voyages et ont dépensé environ 1 400 $. Les dépenses totales, qui s'élevaient à 5,1 milliards de dollars, représentaient 56 % du montant qu'ils ont dépensé lors de voyages aux États-Unis.

Parmi les pays d'Europe, ce sont toujours le Royaume-Uni et la France que les Canadiens ont préféré en 1996, et le nombre de visites vers ces pays a augmenté de 36 % depuis 1986. En comparaison, le nombre de voyages des Canadiens qui incluaient une visite dans un pays d'Asie, à Cuba et au Mexique a connu une augmentation de plus de 136 % pendant la même période. Toutefois, les visites au Royaume-Uni et en France ont surtout été effectuées au cours de voyages pour des vacances ou pour rendre visite à des parents ou à des amis, alors que les visites au Japon et à Hong Kong étaient surtout lors de déplacements d'affaires.

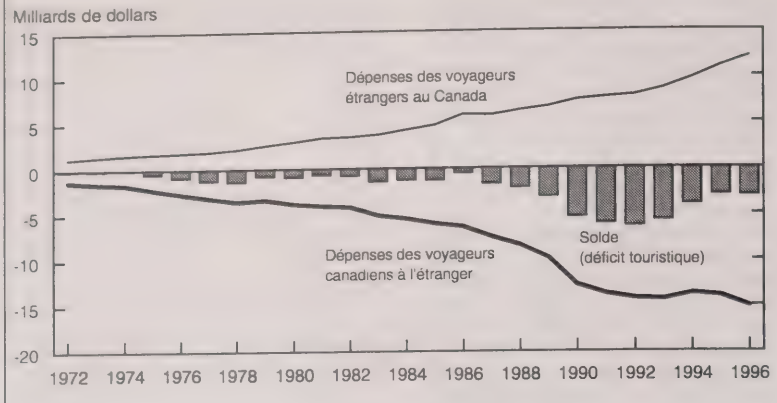
L'Enquête sur les voyages internationaux

Méthodologie

Le nombre de voyageurs qui arrivent au Canada est enregistré par les autorités frontalières à chaque point d'entrée du Canada et répertorié selon la catégorie et le moyen de transport utilisé. Les voyageurs étrangers sont recensés à tous les points d'entrée, à l'exception de sept de ces points, où le trafic des véhicules automobiles et des bicyclettes est évalué par échantillonnage.

Les renseignements sur les dépenses et les caractéristiques des voyageurs internationaux obtenus par Statistique Canada proviennent des questionnaires distribués par les autorités douanières à tous les points d'entrée au Canada. Pour relever les différentes catégories de voyageurs internationaux, cinq questionnaires sont utilisés : voyageurs en provenance des États-Unis qui arrivent au Canada, résidents d'un pays autre que les États-Unis qui arrivent au Canada, résidents du Canada qui reviennent de l'étranger, résidents du Canada qui sortent du Canada et rentrent au Canada en automobile dans la même journée, et résidents des États-Unis qui entrent au Canada et quittent le Canada en automobile dans la même journée. En 1996, le taux de réponses à ces questionnaires a varié entre 4 % et 11 %.

Les Canadiens dépensent plus en voyage à l'étranger que les étrangers en voyage au Canada



Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

L'intensification des relations culturelles avec les pays d'Asie est peut-être à l'origine de l'augmentation du nombre de voyages au départ du Canada à destination de ces pays. Plus de la moitié des immigrants et environ la moitié des étudiants étrangers entrés au Canada ces dernières années venaient d'un pays asiatique. Les gouvernements du Canada et du Japon étudient maintenant les façons d'accroître le nombre de voyageurs entre les deux pays.

En comparaison, les voyageurs en provenance d'un pays d'outre-mer ont effectué un nombre sans précédent de 4,4 millions de voyages d'au moins une nuit au Canada en 1996, dépensant 4,5 milliards de dollars. En moyenne, ces voyageurs ont séjourné 10,7 nuits et déboursé un montant de 1 030 $ par voyage.

Un déficit touristique de 3 milliards de dollars en 1996

Lorsque les Canadiens dépensent plus en voyage à l'étranger que les étrangers en voyage au Canada, le Canada accuse un déficit touristique[6] par rapport aux autres pays, ce qui a été le cas pratiquement tous les ans depuis 1951. Jusqu'en 1986, le déficit touristique du Canada n'a augmenté que lentement, mais avec l'accroissement du nombre de voyages des Canadiens aux États-Unis, le déficit touristique du Canada s'est considérablement accentué et il a atteint près de 6,4 milliards de dollars en 1992. La majeure partie de ce déficit s'est opéré par rapport aux États-Unis (5,9 milliards de dollars). Le déclin des voyages des Canadiens aux États-Unis entre 1991 et 1996 a entraîné une diminution du déficit touristique, qui a été de 3 milliards de dollars en 1996.

Découvrir ou redécouvrir le Canada

La faiblesse du dollar canadien a rendu la destination du Canada de plus en plus attrayante pour les voyageurs de l'étranger. Elle a aussi rendu les voyages à l'étranger beaucoup moins abordables pour les Canadiens. Bien que le nombre de visiteurs étrangers non américains ait augmenté de moitié entre 1992 et 1996, le nombre de visiteurs américains au Canada n'a pas varié au cours de la dernière décennie. Pour les Américains, le Canada demeure encore généralement une destination réservée aux séjours de courte durée. Par contre, le climat généreux des États américains du Sud et d'autres destinations ensoleillées incitent toujours les Canadiens à des séjours prolongés au cours des mois d'hiver. L'industrie canadienne du tourisme est donc confrontée à un double défi, soit rendre les voyages au Canada plus attrayants autant pour les Canadiens que pour les étrangers et populariser les voyages pendant les saisons creuses.

[6] Les recettes et les paiements comprennent le transport et les dépenses de voyages telles que l'hébergement, les repas, les loisirs, les déplacements locaux, les cadeaux et divers achats de biens et de services personnels, en plus des dépenses en soins médicaux, pour fins d'études et les dépenses des équipages.

Les voyages d'affaires des Canadiens en hausse

La plupart des Canadiens se rendent aux États-Unis en vacances ou pour un voyage d'agrément. Le nombre de voyages effectués par des vacanciers aux États-Unis a doublé entre 1986 et 1991, mais il a ensuite accusé une diminution constante de 1991 à 1995. En 1996 cependant, le nombre de vacanciers a progressé de 6% par rapport à 1995. Les Canadiens qui se sont rendus aux États-Unis, y ont séjourné aussi longtemps en 1996 (8,8 nuits en moyenne) qu'en 1991 (8,7 nuits en moyenne).

Durant cette période, l'Accord de libre-échange nord-américain a intensifié les relations entre les secteurs des affaires du Canada et des États-Unis. L'accord «Ciels ouverts» et la libéralisation des espaces aériens ont facilité les déplacements et encouragé une baisse des tarifs aériens entre les deux pays. Après avoir augmenté de façon lente et constante de 1986 à 1995, le nombre de Canadiens qui se rendent aux États-Unis en voyage d'affaires a augmenté de 7 % en 1996. Les dépenses moyennes des Canadiens en voyage d'affaires ont été plus élevées que les dépenses des Canadiens aux États-Unis pour toutes autres raisons en 1996, elles se chiffraient à 740 $ par voyage qui durait en moyenne quatre nuits.

Les voyages d'au moins une nuit aux États-Unis pour rendre visite à des parents ou à des amis sont demeurés stables de 1986 à 1996. En 1996, ces voyages représentaient des dépenses moyennes de 240 $, un montant relativement moins élevé comparativement à tous les autres types de voyages, parce qu'ils impliquaient majoritairement des déplacements (automobile) et un hébergement (résidence de parents ou amis) peu onéreux.

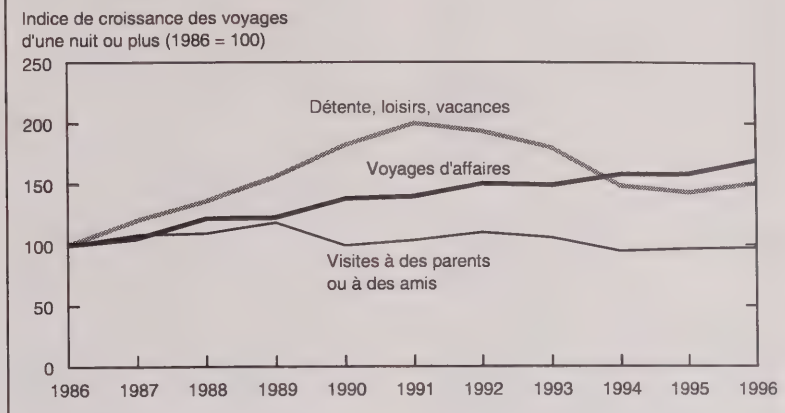
Entre 1986 et 1996, ce sont les voyages d'au moins une nuit pour des raisons diverses, et en particulier pour le magasinage, qui ont subi le plus de fluctuations. En 1991, lorsque le dollar canadien était au plus fort, les Canadiens ont effectué 1,3 million de voyages d'au moins une nuit aux États-Unis surtout dans le but de faire des achats. En 1996, le nombre de ces voyages était tombé à 300 mille.

Peu de changements pour les voyages au Canada en provenance des États-Unis

En dépit de la dévaluation de 16 % du dollar canadien par rapport au dollar américain depuis 1991, qui a rendu le Canada d'autant plus attrayant pour la clientèle américaine, le volume des voyages en provenance des États-Unis a peu varié au cours de la dernière décennie. En 1995 et 1996, le nombre de voyages d'au moins une nuit que les Américains ont effectués au Canada a atteint les 13 millions, soit les plus importants volumes enregistrés depuis 1986 lorsqu'a eu lieu l'Expo '86 à Vancouver. Toutefois, ce volume n'était que 9 % plus élevé qu'en 1992, alors qu'il était au plus bas de la décennie.

Les Américains qui viennent au Canada dépensent beaucoup moins et séjournent moins longtemps que les Canadiens qui se rendent aux États-Unis. En 1996, sur 100 résidents, les Américains ont effectué 5 voyages d'au moins une nuit au Canada, alors que les Canadiens ont effectué 51 voyages de ce type aux États-Unis. Les Canadiens sont attirés par les États-Unis toute l'année alors que les Américains envisagent le Canada surtout comme une destination de printemps ou d'été.

Le nombre de voyages d'affaires aux États-Unis augmente constamment, 1996



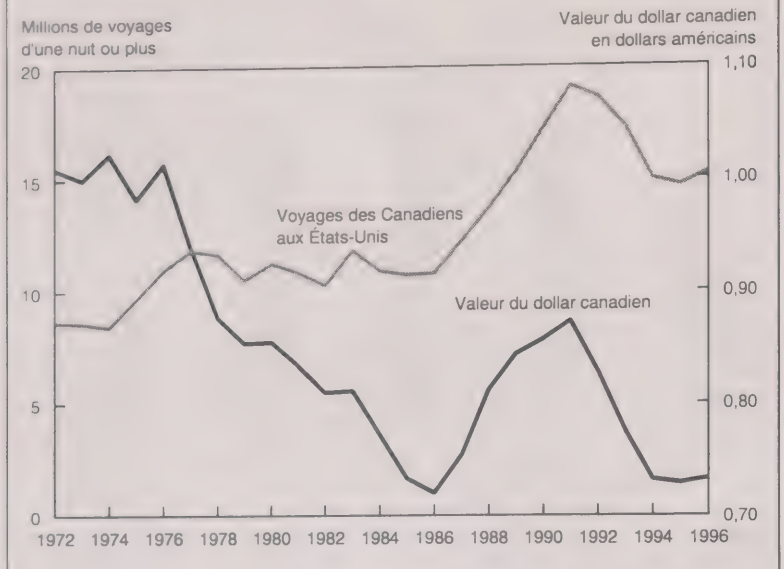
Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

Les voyageurs étrangers au Canada, 1996

	Voyages d'une nuit ou plus	Nombre de nuits	Nombre moyen de nuits par voyage	Dépenses des voyageurs étrangers au Canada[1]
	En milliers	En milliers		En millions de dollars
États-Unis	**12 909**	**49 796**	**3,9**	**6 258**
États frontaliers	9 016	31 148	3,4	4 008
États du Centre	2 033	8 796	4,3	1 024
États du Sud	1 859	9 852	5,3	1 226
Total outre-mer	**4 377**	**46 889**	**10,7**	**4 538**
Europe	**2 288**	**27 107**	**11,8**	**2 330**
France[2]	460	5 558	12,1	499
Allemagne	447	5 250	11,7	510
Italie	106	1 142	10,7	98
Pays-Bas	114	1 531	13,5	99
Suisse	107	1 360	12,7	133
Royaume-Uni	691	7 700	11,1	643
Asie	**1 511**	**12 809**	**8,5**	**1 585**
Hong Kong	199	1 846	9,3	186
Japon	648	3 835	5,9	695
Corée du Sud	159	1 060	6,7	183
Taïwan	132	2 052	15,6	175
Amérique du Sud	**126**	**1 442**	**11,4**	**157**
Australie	**149**	**1 637**	**11,0**	**148**

[1] *Dépenses pour les séjours d'une seule journée et pour les séjours d'une nuit ou plus. Ne comprend pas les frais de transport international.*
[2] *Comprend Andorre et Monaco.*
Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

Depuis 1986, les voyages des Canadiens aux États-Unis ont suivi les fluctuations du dollar canadien



Sources : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux; Banque du Canada

Cette même année, le dollar canadien était revenu à 0,73 dollar américain. Le taux de chômage demeurait élevé et le revenu réel des familles avait atteint un point de stagnation. Dès le début des années 90, plusieurs gouvernements provinciaux ont imposé des limitations à la couverture médicale des Canadiens à l'étranger, qui ont entraîné une augmentation considérable des assurances complémentaires. Parallèlement, l'industrie canadienne du tourisme s'est lancée dans des campagnes de publicité destinées à promouvoir les produits et les ressources touristiques du Canada, y compris les excursions d'aventure, les parcs nationaux, les festivals et les manifestations culturelles que les Canadiens peuvent trouver au Canada plutôt que de les rechercher aux États-Unis.

Le magasinage transfrontalier perd de son intérêt auprès de Canadiens

Les voyages de même jour en automobile aux États-Unis sont souvent utilisés comme indicateur du magasinage transfrontalier. Ces voyages ont culminé à 59 millions en 1991. Par la suite, la valeur relative du dollar canadien face à la devise américaine a fléchi considérablement. De plus, l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange et plus tard, de l'Accord de libre-échange nord-américain ont entraîné une diminution progressive des droits de douane à l'importation sur les produits américains. Conséquemment, en 1996, les Canadiens ont effectué beaucoup moins de voyages de même jour aux États-Unis en automobile (36 millions) qu'au début des années 90.

La Floride, résidence secondaire des Canadiens en hiver

La Floride demeure la destination préférée des Canadiens de l'Est à la recherche du soleil, alors que pour les Canadiens de l'Ouest ce sont la Californie, le Nevada et Hawaii qui sont les plus populaires. En 1996, les visites que les Canadiens ont effectués en Floride représentaient 32,0 % de l'ensemble des nuitées et 24,0 % de l'ensemble des dépenses de voyages des Canadiens aux États-Unis.

La vague de violence et d'agressions sur des touristes étrangers dont on a beaucoup parlé ces dernières années a eu des conséquences pour la destination préférée des Canadiens en hiver. La perception du public de la violence en Floride paraît avoir contribué à la baisse de 30 % des voyages vers cette destination entre 1992 et 1995. Certains Canadiens ont peut-être choisi d'autres destinations ensoleillées pour leurs vacances, en particulier Cuba ou le Mexique, encouragés par la chute du peso mexicain et la faiblesse du dollar canadien par rapport au dollar américain. D'autres sont peut-être simplement restés chez eux. En 1996 cependant, ces visites avaient grimpé de 11 % par rapport à 1995.

Les Canadiens séjournent plus longtemps et dépensent plus par visite dans les États du Sud que dans toutes les autres parties du territoire américain. En 1992, les Canadiens ont effectué 5,5 millions de visites-états d'une nuit ou plus dans les États du sud des États-Unis, mais en 1996 le nombre de ces visites était tombé à 4,8 millions. Toujours en 1996, les Canadiens ont séjourné 12,5 nuits et dépensé en moyenne 820 $ par visite dans les États du sud des États-Unis.

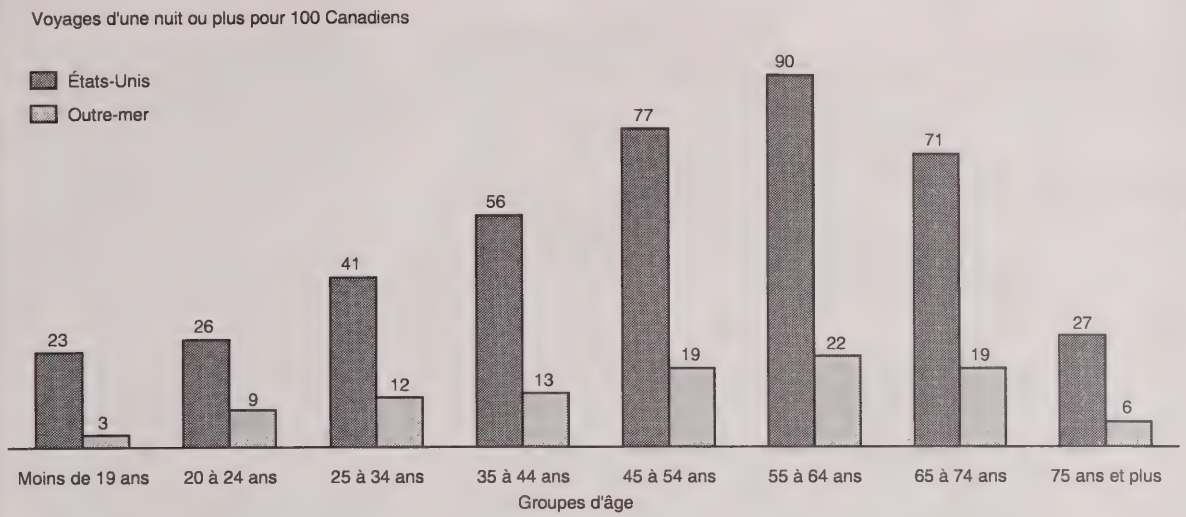
Les voyages dans les États frontaliers sont en diminution

Pour des raisons de proximité, les Canadiens font proportionnellement plus de visites dans les États frontaliers pour effectuer des achats ou rendre une visite rapide à des parents ou à des amis, que dans les États du Sud. Toutefois, en moyenne, les séjours des Canadiens dans les États frontaliers en 1996 étaient sensiblement plus courts (2,8 nuits en moyenne) que dans les États du Sud, et les dépenses nettement moins élevées.

Lorsque les voyages aux États-Unis ont atteint un point culminant en 1991, les Canadiens ont effectué un total de 18,7 millions de visites d'au moins une nuit dans les États frontaliers[5]. Ils y ont dépensé 3,3 milliards de dollars, un montant était presqu'aussi important que celui dépensé dans les États du Sud. Entre 1991 et 1996, le nombre de visites-états d'une nuit ou plus dans les États frontaliers a diminué de 33,0 %.

[5] États frontaliers : Maine, New Hampshire, Vermont, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, New York, New Jersey, Pennsylvanie, Ohio, Michigan, Wisconsin, Minnesota, Dakota du Nord, Montana, Idaho, Washington et Oregon.
États du Sud : Floride, Géorgie, Caroline du Sud, Alabama, Mississippi, Arkansas, Louisiana, Texas, Arizona, Nouveau-Mexique, Californie, Hawaii.
États du Centre : District de Colombia, Caroline du Nord, Virginie, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Missouri, Nebraska, Dakota du Sud, Kentucky, Tennessee, Colorado, Nevada, Utah, Wyoming, Alaska, Maryland, Delaware, Virginie de l'Ouest, Oklahoma.

Les personnes du groupe des 55 à 64 ans sont les plus susceptibles de voyager à l'étranger, 1996



Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

Les États-Unis, destination privilégiée des Canadiens

Les Canadiens constituaient le groupe de voyageurs internationaux le plus volumineux aux États-Unis, effectuant le tiers des voyages d'une nuit ou plus de tous les étrangers sur le territoire américain[4] en 1995. Le nombre de voyages d'au moins une nuit des Canadiens aux États-Unis est demeuré relativement constant du début des années 70 jusqu'en 1986, mais il a ensuite varié à la suite des fluctuations de la situation économique au Canada. En 1986, après une nouvelle contre-performance, le dollar canadien ne représentait plus que 0,72 dollar américain, mais la valeur du dollar canadien a ensuite progressivement augmenté pour atteindre à 0,87 dollar américain en 1991. Les voyages aux États-Unis sont donc devenus de plus en plus abordables aux Canadiens, et en 1991, le nombre de voyages que les Canadiens ont effectués aux États-Unis a atteint un point culminant qui se situe à 19,1 millions de voyages d'une nuit ou plus.

Toutefois, en 1996, le nombre de voyages d'au moins une nuit que les Canadiens ont effectués aux États-Unis avait chuté à 15,3 millions. Les causes à l'origine de cette chute sont nombreuses.

[4] Tourism Industries, International Trade Administration.

Les destinations préférées des Canadiens, 1996

	Séjours d'une nuit ou plus	Nombre de nuits	Nombre moyen de nuits par séjour	Dépenses de voyage[1]
	En milliers	En milliers		En millions de dollars
États-Unis (Voyages)	**15 301**	**108 673**	**7,1**	**9 085**
États frontaliers	12 478	34 416	2,8	2 651
États du Centre	4 234	13 840	3,3	1 424
États du Sud	4 797	60 142	12,5	3 952
Total outre-mer (Voyages)	**3 672**	**69 345**	**18,9**	**5 104**
Europe	**2 602**	**31 130**	**12,0**	**2 431**
France	424	4 843	11,4	438
Allemagne	236	2 519	10,7	184
Italie	183	2 099	11,5	210
Pays-Bas	177	1 446	8,2	92
Suisse	123	966	7,8	83
Royaume-Uni	737	10 037	13,6	758
Asie	**727**	**13 101**	**18,0**	**982**
Hong Kong	157	3 657	23,3	181
Japon	63	1 177	18,7	117
Caraïbes	**720**	**7 148**	**9,9**	**662**
Cuba	222	2 192	9,9	167
République Dominicaine	112	1 027	9,2	77
Mexique	438	4 682	10,7	366
Australie	**76**	**2 842**	**37,4**	**173**

1. Dépenses pour les séjours d'une seule journée et pour les séjours d'une nuit ou plus. Ne comprend pas les frais de transport international.
Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

Canada, 54 millions de voyages aux États-Unis et 3,4 millions de voyages dans un autre pays. Au cours de ces voyages, les Canadiens ont dépensé 33 milliards de dollars, soit l'équivalent de 4,5 % du produit intérieur brut ou 1 137 $ par personne (hommes, femmes et enfants confondus).

Les Canadiens d'un certain âge voyagent proportionnellement plus que les Canadiens relativement jeunes

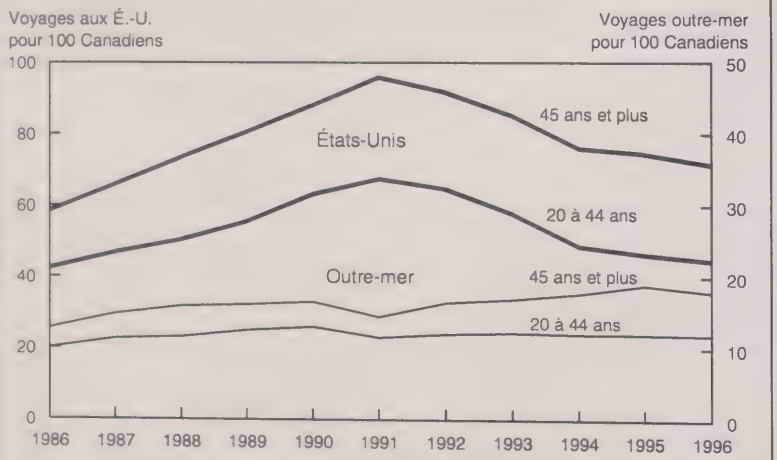
En 1996, les adultes de 55 à 64 ans étaient proportionnellement plus nombreux à voyager hors du Canada que les Canadiens plus jeunes. Cette constatation n'est pas surprenante, étant donné que les ménages canadiens d'un certain âge disposent par personne d'un revenu discrétionnaire moyen supérieur à celui des jeunes ménages, que leurs charges financières sont généralement moins lourdes et qu'ils jouissent de plus de temps libre[2]. Le sud des États-Unis demeure une des destinations préférées des Canadiens d'un certain âge, et leurs visites dans le sud des États-Unis sont plus longues et leurs dépenses plus importantes que pour les Canadiens dans les tranches d'âges moins élevés. Les Canadiens âgés de 65 ans et plus voyagent moins souvent que les Canadiens de 55 à 64 ans, probablement pour des questions de santé et de mobilité. Les Canadiens de 55 à 64 ans étaient aussi proportionnellement trois fois plus nombreux à entreprendre un voyage international que les Canadiens de 20 à 24 ans.

La situation économique des 10 dernières années a eu des conséquences pour les voyages des Canadiens d'un certain âge comme pour les voyages des Canadiens plus jeunes. Toutefois, si l'on considère le nombre de voyages effectués par tranche de 100 résidents, on constate que l'écart s'est creusé entre la propension des jeunes adultes (20 à 44 ans) à voyager et celle des adultes plus âgés (45 ans et plus) pour les voyages outre-mer ainsi que ceux aux États-Unis. Les différences relevées dans la croissance des gains des jeunes adultes et des adultes plus âgés expliquent sans doute au moins partiellement le phénomène. Chez les hommes, par exemple, les gains réels des plus jeunes ont diminué depuis la fin des années 70, alors que les gains réels des plus âgés ont augmenté[3]. L'attrait des voyages à l'étranger s'est donc émoussé pour les jeunes adultes au cours de la dernière décennie, pendant que ces voyages sont devenus plus abordables aux adultes plus âgés.

[2] Donna J. Owens, «Détermination du revenu discrétionnaire», *L'emploi et le revenu en perspective*, printemps 1991, Statistique Canada, produit n° 75-001-XPF au catalogue.

[3] Garnett Picot et John Myles, «Les enfants vivant au sein de familles à faible revenu», *Tendances sociales canadiennes*, automne 1996, Statistique Canada, produit n° 11-008-XPF au catalogue.

L'écart se creuse entre les habitudes de voyage des jeunes adultes et celles des adultes plus âgés, 1996



Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux

Info-voyages

Commander sans frais en composant le numéro 1-800-267-6677

Rédactrice en chef : ***Monique Beyrouti***
Téléphone : (613) 951-1673

Assistante : *Carol Moskaluk*

Composition : *Lynne Durocher*

Conception graphique : *Rose Marie Andrews, Chantal Chalifoux*

Imprimerie : *Centre d'impression, Statistique Canada*

Photo: *L. Dubois, Programme de la statistique du tourisme*

Toute correspondance peut être envoyée à la rédactrice en chef, ***Info-voyages****, 3e étage édifice R.-H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.* ***Télécopieur:*** *(613) 951-2909.* ***Courrier Internet*** ***beyrmon@statcan.ca***

Les prix n'incluent pas la taxe de vente

Prix: Canada: 13$ l'exemplaire, 42$ par année
Extérieur du Canada: 13$US l'exemplaire, 42$US par année

Périodicité: trimestrielle ISSN 0713-2840

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 –1984.

(∞)

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 1996. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

87-003-XPB au catalogue

Volume 16, Numéro 4

Info-voyages

Automne 1997

Échanger des voyageurs – Les tendances des voyages internationaux[1]

par Warren Clark

Warren Clark est analyste pour Tendances sociales canadiennes.



Les Canadiens voyagent à l'étranger pour des raisons aussi nombreuses que différentes. Pour certains, il s'agit d'échapper à la routine et aux tensions quotidiennes, de reprendre des forces et de s'éloigner du train-train ordinaire pendant quelque temps. Ces Canadiens souhaitent se détendre, découvrir des cultures différentes, élargir leurs horizons, rendre visite à des amis éloignés ou simplement partir à l'aventure pour le plaisir du dépaysement. Pour d'autres Canadiens, les voyages à l'étranger sont motivés par les affaires, l'emploi, la formation ou un congrès.

Les Canadiens se déplacent surtout au Canada, mais leurs dépenses en voyages se répartissent de manière pratiquement égale entre leurs voyages au Canada et leurs voyages à l'étranger. Les États-Unis demeurent la principale destination internationale des Canadiens, et les touristes américains sont toujours les plus nombreux à visiter le Canada. Cependant, la situation économique du Canada a entraîné des changements considérables dans les habitudes de voyage aux États-Unis au cours de la dernière décennie. Au début des années 90, l'augmentation du nombre de voyages des Canadiens aux États-Unis a été suivie d'une accélération de la croissance des dépenses en voyages hors du Canada, qui n'a pas été compensée par une augmentation du nombre de voyageurs étrangers au Canada. Parallèlement, le nombre de Canadiens qui voyagent dans les pays d'outre-mer et le nombre d'étrangers en provenance de ces pays ont connu depuis onze ans une croissance qui n'a été interrompue que pendant la Guerre du Golfe Persique au début des années 90.

En 1994 (l'année la plus récente pour laquelle les données sur les voyages intérieurs sont disponibles), les Canadiens ont effectué 152 millions de voyages de 80 kilomètres ou plus au

[1] Cet article, présenté dans *Tendances sociales canadiennes*, vol. 45, été 1997 a été mis à jour pour refléter les données de l'Enquête sur les voyages internationaux de 1996, qui ont été récemment relâchées.

Dans ce numéro...

Article

Échanger des voyageurs – Les tendances des voyages internationaux 1

Tendances

Compte des voyages internationaux 7

Indice des prix des voyages 8

Indicateurs nationaux du tourisme 9

Indicateurs de voyages 10

Statistique Canada Statistics Canada

Canada